

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA  
FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA**



**EVALUACION DEL IMPACTO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL  
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL DISTRITO DE SIBAYO – CAYLLOMA,  
2015.**

**Presentado por la bachiller:**

**DÍAZ SANTIVAÑEZ, JENIFFER STEPHANIE**

Para optar el Título Profesional de Licenciada  
en Turismo y Hotelería.

**AREQUIPA- PERÚ**

**2016**

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar esta tesis a todos los  
apasionados del Turismo Rural  
Comunitario.

## AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas que con su ayuda han colaborado en la realización del presente trabajo:

Primero quiero agradecer a **DIOS** por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme cuidado de todo peligro y dado salud para lograr mis objetivos.

A **mis padres** por el esfuerzo que hicieron para darme una profesión, su cariño, paciencia, comprensión y sacrificio.

A los **pobladores del distrito de Sibayo**, quienes me apoyaron y amablemente participaron en mi investigación.

A todos mis **docentes** que me ayudaron a crecer como persona y como profesional, por las sugerencias recibidas, pero sobre todo por la motivación y el apoyo recibido a lo largo de estos años. Todos ellos, fueron parte importante de este resultado.

A mis **amistades** que supieron brindarme su apoyo en el momento adecuado.

Gracias.

# ÍNDICE

**ÍNDICE DE CUADROS**

**ÍNDICE DE GRAFICOS**

**ÍNDICE DE IMÁGENES**

**RESUMEN**

**ABSTRACT**

**PRESENTACIÓN**

**INTRODUCCIÓN**

## **CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

1.1.- Enunciado de la investigación	22
1.2.- Planteamiento del problema	22
1.3.- Justificación	25
1.4.- Objetivos	26
1.4.1.- Objetivo General	26
1.4.2.- Objetivos Específicos	26
1.5.- Hipótesis	27
1.5.1.- Matriz de Variables e Indicadores	28
1.6.- Diseño metodológico	29
1.6.1.- Tipo de Investigación	29
1.6.2.-Diseño de investigación	29
1.6.3.- Método de la investigación	30
1.6.4.- Ubicación temporal y espacial del estudio	31
1.6.4.1.- Ubicación temporal	31
1.6.4.2.- Ubicación espacial	32
1.6.5.- Unidades de estudio	32
1.6.5.1.- Población y Muestra	32
1.6.6.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos	33

1.6.6.1.- Tipo de Técnica e Instrumento	33
1.6.6.2.- Descripción del instrumento y técnica	34

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

2.1.- Antecedentes de la investigación	36
2.1.1.- Investigación 1	36
2.1.2.- Investigación 2	37
2.1.3.- Investigación 3	38
2.2.-El turismo	39
2.3.- Impactos del Turismo	41
2.3.1.- Tipos de impacto	41
2.3.1.1.- Impactos económicos	42
2.3.1.1.1. Aspectos positivos de la actividad turística en la economía	43
2.3.1.1.2. Aspectos negativos de la actividad turística en la economía	44
2.3.1.2.- Impactos Sociales	47
2.3.1.2.1. Aspectos positivos de la actividad turística en lo social	48
2.3.1.2.2. Aspectos negativos de la actividad turística en lo social	48
2.3.1.3.- Impactos económicos socioculturales y medioambientales	49
2.4.- Evolución económica del turismo en el Perú	54
2.5.- Evolución económica del turismo en Arequipa	70
2.6.- Evolución económica del turismo en Sibayo	75
2.7.- Turismo Rural	82
2.7.1.- Antecedentes	82
2.8.- Turismo Rural Comunitario	89
2.8.1.- Antecedentes	89
2.8.2.- Definiciones	90
2.9. Turismo Rural Comunitario en el Perú	95
2.9.1. Antecedentes	95

2.9.2. Definiciones	100
2.9.3.- Objetivo del desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú	101
2.9.4.- Beneficios del turismo rural comunitario	101
2.9.5.- Tipologías del turismo rural comunitario	103
2.9.6.- Clasificación de emprendimientos	107
2.9.7.- Condiciones para el desarrollo del turismo rural comunitario	109

### **CAPITULO III: ASPECTOS GENERALES DEL DISTRITO DE SIBAYO**

3.1.- Origen del pueblo de Sibayo	112
3.2.- Aspectos geográficos	113
3.2.1.- Ubicación	113
3.2.2.- Área superficial	114
3.2.3.- Clima	114
3.3.- Aspectos demográficos	115
3.3.1.- Población	115
3.4.- División política	115
3.4.1.- Estructura urbana	115
3.5.- Topografía	117
3.5.1.- Suelo de Sibayo	117
3.5.2.- Principales cerros del distrito de Sibayo	118
3.6.- Aspecto hidrográfico	120
3.7.- Principales actividades económicas	121
3.7.1.- Crianza de camélidos	121
3.7.2.- Agricultura	122
3.7.3.- Artesanía	122
3.7.4.- Turismo Rural Comunitario	125
3.8.- Costumbres y tradiciones del distrito de Sibayo	125
3.8.1.- Calendario de fiestas	125

3.8.2.- Tradiciones	125
3.8.2.1.- Vestimenta típica	125
3.8.2.2.- Folklore	126
3.9.- Recursos naturales y culturales	126
3.9.1. Recursos culturales	126
3.9.2. Recursos naturales	126
3.10. Turismo en Sibayo	127
3.10.1. Antecedentes	127
3.10.2. Situación actual	131
3.10.2.1.- Casas Vivenciales	131
3.10.2.2.- Alimentación	134
3.10.2.3.- Actividades Turísticas	137
3.10.2.4.- Otras alternativas de Turismo	141

#### **CAPITULO IV: ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS**

4.1.- Datos Generales de los emprendedores	144
4.1.1.- Sexo de los encuestados	144
4.1.2.- Edad de los encuestados	145
4.1.3.- Pertenencia a alguna asociación	146
4.1.4.- Grado de instrucción	147
4.1.5.- Estado Civil	148
4.1.6.- Ocupación principal	149
4.1.7.- Ocupación secundaria	150
4.2.- Datos económicos de los emprendedores	151
4.2.1.- Ingreso mensual de ocupación principal	151
4.2.2.- Ingreso mensual de ocupación secundaria	152
4.2.3.- Actividades turísticas que han generado mayor empleo	153
4.2.4.- Mejoramiento del distrito con la actividad turística	154

4.2.5.- Tenencia de vivienda	155
4.2.6.-Equipamiento de la vivienda	156
4.2.7.- Combustible de la cocina	157
4.2.8.- Gastos de Alimentación	158
4.2.9.- Gastos en servicios generales	159
4.2.10.- Arqueo diario de caja	160
4.2.11.- Crédito financiero	161
4.2.12.- Emisión de comprobantes de pago	161
4.2.13.- Base de datos de los clientes	162
4.2.14.- Instrumentos de Seguridad	163
4.2.15.- Promoción y publicidad de sus servicios	164
4.3.- Datos Generales de la población que no participa del turismo	165
4.3.1.- El turismo como fuente de inversiones y desarrollo	166
4.3.2.- El turismo como fuente de empleo	167
4.3.3.- El turismo como fuente económica importante	167
4.3.4.- Inversión y turismo	168
4.3.5.- Turismo y protección de monumentos históricos y A. naturales	168
4.3.6.- Turismo e incremento del precio de productos y servicios	169
4.3.7.- Turismo como fuente beneficiaria de un limitado sector	169
4.3.8.- Turismo y pérdida de tranquilidad del distrito	170

## **CONCLUSIONES**

## **RECOMENDACIONES**

## **BIBLIOGRAFIA**

## **WEBGRAFIA**

## **ANEXOS**



## ÍNDICE DE CUADROS

**Cuadro N° 01:** Ámbito de estudio

**Cuadro N° 02:** Principales productos y servicios generadores de divisas en el Perú, 2006- 2015

**Cuadro N° 03:** Perú: Balanza de Bienes y servicios del sector turismo

**Cuadro N° 04:** Perú: Crecimiento del turismo receptor en términos incrementales y anuales

**Cuadro N° 05:** Perú: Flujo del turismo receptor y emisor (Cantidad de Personas)

**Cuadro N° 06:** Perú: Gasto per cápita del turismo emisor en dólares corrientes

**Cuadro N° 07:** Perú: Gasto promedio per cápita turismo receptor en dólares corrientes

**Cuadro N° 08:** Perú: Ingresos monetarios del turismo receptor proyectados

**Cuadro N° 09:** Perú: Inversión directa extranjera en el sector turismo

**Cuadro N° 10:** Arequipa: Valor Agregado Bruto por años, según actividades económicas valores a precios constantes de 2007 (Miles de nuevos soles)

**Cuadro N° 11:** Arequipa: Turismo Interno 1992-2015

**Cuadro N° 12:** Arequipa: Turismo Receptor 1992-2015

**Cuadro N° 13:** Arequipa: Turismo Receptor Esperado 2016-2019

**Cuadro N° 14:** Principales Indicadores de pobreza monetaria y no monetaria, Caylloma, 2007

**Cuadro N° 15:** Principales Indicadores de desnutrición, Caylloma 2007

**Cuadro N° 16:** Tasa de crecimiento distrital Caylloma

**Cuadro N° 17:** Hogares con necesidades básicas insatisfechas

**Cuadro N° 18:** Población electoral por nivel de instrucción, 2007

**Cuadro N° 19:** Población por grupos de edad y sexo, 2007

**Cuadro N° 20:** Estructura provincial de la población

**Cuadro N° 21:** Casas vivenciales

**Cuadro N° 22:** Condiciones actuales del alojamiento rural

**Cuadro N° 23:** Características del tipo de cocina

**Cuadro N° 24:** Tipos de comida

**Cuadro N° 25:** Sexo de los encuestados

**Cuadro N° 26:** Edad de los encuestados

**Cuadro N° 27:** Pertenece alguna asociación

**Cuadro N° 28:** Grado de Instrucción

**Cuadro N° 29:** Estado civil

**Cuadro N° 30:** Ocupación Principal

**Cuadro N° 31:** Ocupación Secundaria

**Cuadro N° 32:** Ingreso mensual primario

**Cuadro N° 33:** Ingreso mensual secundario

**Cuadro N° 34:** ¿Cuál de las actividades turísticas son las que han generado mayor empleo?

**Cuadro N° 35:** ¿De qué manera se ha visto mejorado el distrito con la actividad turística?

**Cuadro N° 36:** Tenencia de vivienda

**Cuadro N° 37:** Equipamiento de la vivienda

**Cuadro N° 38:** Combustible de la cocina

**Cuadro N° 39:** Gastos en alimentación

**Cuadro N° 40:** Gastos en servicios generales

**Cuadro N° 41:** ¿Controla su ingreso y salida del Arqueo diario de caja?

**Cuadro N° 42:** ¿Cuenta con apoyo o crédito financiero para seguir desarrollando la actividad turística?

**Cuadro N° 43:** Comprobante de pago

**Cuadro N° 44:** ¿Cuentan con una base de datos sobre información de sus clientes?

**Cuadro N° 45:** ¿Cuentan con instrumentos de seguridad?

**Cuadro N° 46:** ¿Realiza promoción y publicidad de sus servicios?

**Cuadro N° 47:** Datos generales

**Cuadro N° 48:** ¿Cree usted que el turismo atrae más inversiones y genera más desarrollo en el distrito?

**Cuadro N° 49:** ¿Cree usted que el turismo ha generado más oportunidades de empleo?

**Cuadro N° 50:** ¿Considera usted al turismo como una fuente económica importante en el distrito?

**Cuadro N° 51:** ¿Cree usted que es beneficioso invertir en turismo?

**Cuadro N° 52:** ¿Cree usted que con el turismo se ha mejorado la protección de los monumentos históricos y áreas naturales?

**Cuadro N° 53:** ¿Cree usted que con el turismo se ha incrementado el precio de los productos y servicios?

**Cuadro N° 54:** ¿Considera usted que el turismo solo beneficia a un pequeño número de residentes?

**Cuadro N° 55:** ¿Considera usted que con el turismo se ha perdido la tranquilidad en la zona?

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

**Gráfico N° 01:** Principales productos y servicios generadores de divisas en el Perú, 2006- 2015

**Gráfico N° 02:** Empleos directos e indirectos creados por el sector viajes y turismo en miles

**Gráfico N° 03:** PBI turístico

**Gráfico N° 04:** PBI Turístico por actividad económica, 2015 (Estructura porcentual)

**Gráfico N° 05:** Población viajera por turismo interno (Millones de personas)

**Gráfico N° 06:** Población viajera por excursiones (Millones de personas)

**Gráfico N° 07:** Gasto de excursionistas internos, gasto de turistas internos

**Gráfico N° 08:** Llegada de visitantes internacionales (Millones de personas)

**Gráfico N° 09:** Ingreso de divisas por turismo receptivo

**Gráfico N° 10:** El turismo y las exportaciones no tradicionales, 2015 (Millones de dólares)

**Gráfico N° 11:** Perú: Balanza de bienes y servicios del sector turismo

**Gráfico N° 12:** Perú: Crecimiento del turismo receptor en términos incrementales y anuales

**Gráfico N° 13:** Perú: Gasto per cápita del turismo emisor en dólares corrientes

**Gráfico N° 14:** Perú: Gasto promedio per cápita del turismo receptor

**Gráfico N° 15:** Perú: Ingresos monetarios del turismo receptor proyectados

**Gráfico N° 16:** Perú: Inversión directa extranjera en el sector turismo

**Gráfico N° 17:** Tasa de crecimiento promedio anual de los sectores económicos del PBI arequipeño.

**Gráfico N° 18:** Arequipa: Turismo Interno 1992-2015

**Gráfico N° 19:** Arequipa: Turismo Receptor 1992-2015

**Gráfico N° 20:** Arequipa: Turismo receptor esperado 2016-2019

**Gráfico N° 21:** IDH en Caylloma por distrito

**Gráfico N° 22:** Ingresos mensuales por distrito

**Gráfico N° 23:** Incidencia de pobreza total

**Gráfico N° 24:** Incidencia de pobreza extrema

**Gráfico N° 25:** Viviendas sin agua potable

**Gráfico N° 26:** Viviendas sin desagüe

**Gráfico N° 27:** Hogares con niños que no asisten a la escuela

**Gráfico N° 28:** Hogares con alta dependencia económica

**Gráfico N° 29:** Número de fichas de emprendimientos de Turismo rural de la zona turística sur

**Gráfico N° 30:** Turismo rural comunitario y sus tipologías

**Gráfico N° 31:** Actividades de agroturismo

## **ÍNDICE DE IMÁGENES**

**Imagen N° 01:** Cadena de impactos económicos del turismo

**Imagen N° 02:** Contribución del turismo a la economía nacional

**Imagen N° 03:** El proceso de desarrollo de turismo rural comunitario en un destino

**Imagen N° 04:** Lugares donde se practica el turismo vivencial

**Imagen N° 05:** Estructura Urbana I

**Imagen N° 06:** Estructura Urbana II

**Imagen N° 07:** Vista entrada al pueblo

**Imagen N° 08:** Calles de entrada al pueblo

**Imagen N° 09:** Camino hacia los cerros tutelares

**Imagen N° 10:** Puente colgante

**Imagen N° 11:** Ubicación hidrológica de Sibayo

**Imagen N° 12:** Bordados

**Imagen N° 13:** Vestimenta típica de mujer

**Imagen N° 14:** Señoras que ofrecen turismo vivencial

**Imagen N° 15:** Exterior e interior de una casa vivencial

**Imagen N° 16:** Almuerzo típico casa vivencial

**Imagen N° 17:** Turistas en la plaza de Sibayo y puente colgante

**Imagen N° 18:** Templo de San Juan Bautista y plaza de Sibayo

**Imagen N° 19:** Ecomuseo

**Imagen N° 20:** Grupo Musical

**Imagen N° 21:** Pesca artesanal en el río Sibayo

**Imagen N° 22:** Despedida del tour en Sibayo

## **RESUMEN**

La presente investigación se realizó en el distrito de Sibayo, ubicado en la provincia de Caylloma, Arequipa; donde se implementó un modelo de desarrollo turístico, basado en los parámetros del turismo rural comunitario desarrollado en el Perú a principios del año 2000, en la cual participaron autoridades, organismos gubernamentales y no gubernamentales junto con la población, de allí que el propósito de esta investigación es conocer el impacto generado por el turismo en las familias que participan de dicho emprendimiento en su desarrollo social y económico en el año 2015. No se ha realizado una comparación con años anteriores debido a que no existen fuentes documentales que nos faciliten dicho análisis.

Nuestro objetivo general es identificar los principales impactos sociales y económicos producidos en las familias que participan directamente de la actividad turística. Para alcanzar dicho objetivo fue necesario realizar un análisis que consta de tres partes. La primera es una caracterización de la zona de estudio que se realizó bajo las pautas metodológicas propuestas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), PNUD, La Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG). Asimismo se realizó una descripción de las condiciones actuales de los servicios ofrecidos a los turistas.

En la segunda parte del análisis se dan a conocer los resultados de la encuesta. La misma que fue aplicada en dos tipos de hogares; en primer lugar, los hogares que por lo menos tienen uno de sus miembros trabajando en el sector turístico, y el otro grupo son los hogares que no tienen a ninguna persona trabajando en turismo.

Finalmente, se buscará conocer la importancia de los ingresos de quienes laboran en el sector turismo en los ingresos totales de sus hogares y por ende como este repercute en su situación económica. Asimismo se realizó una encuesta a los pobladores que no están involucrados directamente en el turismo, para conocer su percepción acerca del TRC que se realiza en su distrito.



## **ABSTRACT**

This investigation work was carried out in the district of Sibayo, located in the province of Caylloma, Arequipa; Where a tourism development model was implemented, based on the parameters of rural community tourism developed in Peru at the beginning of the year 2000, in which authorities, governmental and non-governmental offices participated along with the local people, hence the purpose of this Research is to know the impact generated by tourism in the families that participate in this venture in its social and economic development in 2015. No comparison has been made with previous years because there are no documentary sources to facilitate this analysis.

Our general objective is to identify the main social and economic impacts produced in the families that participate directly in the tourist activity. To achieve this objective, it was necessary to carry out an analysis consisting of three parts. The first is a characterization of the study area that was carried out under the methodological guidelines proposed by the National Institute of Statistics and Informatics (INEI), PNUD, the Family National Survey (ENAHU). A description of the current conditions of the services offered to tourists was also made.

In the second part of the analysis the results of the survey will be announced. It was applied in two types of families; first, families that have at least one of their members working in the tourism sector; and second, families that do not have anyone working in tourism.

Finally, the investigation will deal with knowing the importance of the income of those who work in the tourism sector in the total income of their families; and, therefore, how it affects their economic situation. A survey was also carried out on the people who are not directly involved in tourism, in order to know their perception about the CRT in their district.

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado calificador tengo a bien presentar el trabajo de tesis titulado: **EVALUACIÓN DEL IMPACTO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL DISTRITO DE SIBAYO – CAYLLOMA, 2015**, con el cual pretendo obtener el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería, previo cumplimiento de los trámites según los reglamentos internos y las normas legales para estos casos.

La riqueza y diversidad cultural del Perú se basa en la historia, tradición y presente de sus comunidades. Ellas ocupan gran parte del territorio nacional y constituyen en la actualidad un complemento de valor ilimitado para nuestra oferta turística. Para los visitantes interesados en conocer e interactuar con otras culturas, la visita a comunidades rurales se convierte en un motivo principal de viaje.

Gran parte de este potencial, es decir el 80% de la participación de turistas en actividades que involucran a comunidades se realiza solo en la zona sur del Perú. Por estos motivos, PromPerú trabaja en el desarrollo de diversas actividades dirigidas al mercado del turista cultural, con el fin de impulsar y reforzar iniciativas turísticas de las comunidades rurales en todo el Perú.

He elegido como tema para este trabajo el Turismo Rural Comunitario en el distrito de Sibayo, ya que estoy convencida de que esta forma de hacer turismo beneficia a las poblaciones locales receptoras de turistas, ya que desde hace varios años atrás se ha convertido en una actividad económica importante para la población local; por lo que considero que el país estando en un momento en que el tema turístico concita distintas opiniones y controversias, se genera mi investigación que busca analizar desde un ángulo social y económico, una cuestión que por ser relevante dentro del contexto del distrito de Sibayo merecía su estudio real y objetivo reflejando con seriedad la esencia y desarrollo de este fenómeno turístico.

## INTRODUCCIÓN

El turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza, por lo cual, es muy importante el tema del impacto que dicha actividad tiene sobre la población de estos lugares. El objetivo general de esta investigación es identificar los principales impactos sociales y económicos que se producen en las familias que participan del Turismo Rural Comunitario en el Distrito de Sibayo.

Según Uribe et al. (2012), el Valle del Colca es una de las tantas áreas de la sierra sur, que permaneció invisibilizada, probablemente por siglos. Su aislamiento, sin comunicación directa con la capital regional, ni con el resto de las ciudades de la sierra por decenas de años, incluso siglos, es una de las circunstancias que explica la condición de pobreza de la población Colqueña pero, al mismo tiempo, ha permitido la conservación de una identidad cultural singular, reforzada por grandes atractivos naturales, escasamente explotados hasta no hace mucho. Su apertura al turismo revirtió el proceso de abandono del pueblo y muchas de las familias que se habían ido a sus estancias o migrado a la ciudad, hoy viven en el pueblo, aunque manteniendo su actividad principal. Esta situación ha posibilitado el acceso a servicios de salud, educación de los hijos, información, participación ciudadana, mejorando significativamente su calidad de vida.

Pero también el turismo se ha convertido en una actividad de escalas industriales, con la capacidad de generar ingentes recursos para las sociedades en vías de desarrollo, pero también con el potencial de profundizar conflictos y ocasionar desastres ecológicos y culturales, convirtiéndose así en una oportunidad y un riesgo. Por ello, su estudio desde las ciencias sociales es una tarea urgente, no solo para comprender mejor este fenómeno, sino para que esta actividad genere beneficios sin atentar contra el patrimonio cultural y el medio ambiente. En el caso del Perú esto es particularmente importante ya

que el turismo se plantea como una opción para mejorar los ingresos económicos de las poblaciones campesinas y nativas, y si bien, esta es una alternativa viable y sustentable, supone riesgos que deben ser examinados para poder diseñar políticas públicas y planes de desarrollo turísticos que sean respetuosos de su identidad cultural y económicamente sostenibles.

Por los motivos antes expuestos es que el estudio del impacto social y económico que produce el turismo en el distrito de Sibayo resulta ser relevante. La presente investigación para un mejor abordaje del tema ha sido dividida en cuatro capítulos; los que pasaran a detallarse a continuación:

En el capítulo I, titulado **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN** se puntualizarán los siguientes aspectos: Planteamiento del Problema, justificación, los objetivos, hipótesis, marco metodológico, diseño metodológico y la ubicación temporal y espacial del estudio. Seguidamente en el capítulo II se presenta el **MARCO TEÓRICO** en el que se desarrollan los antecedentes de la investigación, los impactos del turismo y los conceptos básicos del turismo rural comunitario. El capítulo III titulado, **ASPECTOS GENERALES DEL DISTRITO DE SIBAYO** consta de información acerca de la historia, geografía y turismo dentro del ámbito de estudio. En el capítulo IV titulado, **ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS**, se presentan los cuadros y gráficos que dan cuenta de los resultados obtenidos a partir de las técnicas utilizadas como son: la encuesta, entrevista y observación. Finalmente en la última sección del documento se presentan las principales conclusiones, recomendaciones, la bibliografía y los anexos que complementan lo desarrollado en el trabajo.

---

# **CAPÍTULO I**

---

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

---

## **1.1. ENUNCIADO DE LA INVESTIGACIÓN**

Impactos del turismo rural comunitario en el desarrollo social y económico de los emprendedores turísticos del distrito de Sibayo – Caylloma, 2015.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Según los especialistas para que los frutos del crecimiento lleguen a los más pobres y a las zonas rurales, se necesita generar mayor empleo en sus lugares. En esta perspectiva, actividades como la agroindustria y el turismo han sido identificadas no sólo como generadoras de empleo y que requieren de poca inversión, sino que también, están ubicadas en las zonas del interior del país. Las previsiones que se hacen por medio de organismos especializados en el tema, es que la llegada de turistas extranjeros va a continuar creciendo en nuestro país, principalmente como producto de dos factores, por una parte, que las personas de los países desarrollados están viajando más y en segundo lugar, debido a las condiciones socio-políticas de nuestro país, que en el actual momento lo hacen un sitio vacacional más seguro. El destino final de los turistas generalmente son lugares ubicados en el interior del país, que se caracterizan por poseer un elevado stock de capital natural o histórico-monumental. Junto a ello, generalmente coexisten comunidades locales con altos niveles de pobreza. Sus escasos ingresos están relacionados con el empleo precario en actividades de autoconsumo principalmente, en ese contexto, el flujo de turistas es una oportunidad para aquellas comunidades, especialmente para generar nuevas fuentes de empleo, elevar sus magros ingresos y mejorar sus niveles de vida. En ese sentido, la preocupación de organismos internacionales y gobiernos es aprovechar al máximo las posibilidades del desarrollo turístico con miras a erradicar la pobreza en dichos lugares y al mismo tiempo sea ambientalmente sustentable (Brohman, 1996).

En el Perú, el Turismo Rural Comunitario tiene particularidades y peculiaridades que permiten pensar en una estrategia de diferenciación. El elemento de diferenciación es el aspecto experiencial, de la relación del visitante con el medio físico y con sus anfitriones ya que este se convierte en determinante (o factor diferenciador) de otros espacios por las particularidades que presenta incluso con países latinoamericanos debido a su diversidad. Se podría decir que los beneficios económicos del TRC ha despertado una gran expectativa entre las comunidades que desarrollan proyectos turísticos sostenibles, a la fecha se han identificado 76 emprendimientos que se ubican en 16 regiones del país, con potencial para generar una propuesta innovadora de turismo. Así lo revelan las estadísticas del MINCETUR: de 42 emprendimientos en el 2010, aumentó a 65 en el 2011, en el 2012 con 72 comunidades dedicadas al turismo y en julio del 2015 en la III jornada de Comercialización de Productos de Turismo Rural Comunitario, la Ministra Magaly Silva presentó 35 emprendimientos. Entre las regiones líderes con excelente posicionamiento en el mercado se encuentran Cusco, Puno y Arequipa dando como resultado que el turismo rural comunitario genera un aporte de 12% como incremento de la empleabilidad en Turismo en zonas rurales; predominantemente por la incorporación de la mujer en el manejo de los negocios. Se genera un ingreso complementario mensual de S/.53.00 por familia. Cerca de 100 mil visitantes extranjeros hacen turismo en zonas rurales manejadas por organizaciones de base comunitaria. Hubo un 18% de crecimiento anual en flujo de visitantes y 13% de crecimiento económico anual. Se generaron 7 millones de soles como aporte del Turismo a la economía rural.

En suma la participación de las comunidades rurales en la industria turística ha despertado tanto entusiasmo como escepticismo y resulta necesario identificar los principales cambios sociales y económicos en el sector turístico puesto que se ha desarrollado con gran magnitud.

Sibayo es la primera experiencia de turismo rural comunitario en la región Arequipa y a la fecha viene obteniendo resultados positivos por lo tanto el

desarrollo de esta actividad supone el control y seguimiento permanente de las acciones que se desarrollan a favor de la propuesta. Frente a estas oportunidades y logros debe reconocerse la existencia de varios problemas, conflictos o carencias internas y externas que deberán ser revertidos para consolidar los logros y hacer de este esfuerzo un empeño exitoso sostenido. Resulta conveniente realizar un análisis sobre el impacto social y económico de la actividad y de comprender de mejor manera la asociación entre el turismo y el desarrollo socioeconómico. Sin embargo, lo importante es ver si la comunidad maximiza el “dividendo social” del turismo, es decir, si los efectos estructurales de éste, refuerzan los ingresos y la estructura productiva local impulsando procesos de desarrollo económico local (Punzo, 2003).

Para absolver y sustentar lo expuesto es que se plantean las siguientes interrogantes:

- a) ¿Cómo se inició la experiencia de TRC en Sibayo y cuáles son sus principales características en la actualidad?
- b) ¿Es el turismo una fuente económica importante para los emprendedores turísticos en Sibayo?
- c) ¿Cuál es la importancia de los ingresos de quienes laboran en el sector turismo en los ingresos totales de sus hogares?
- d) ¿Cuáles son los principales factores beneficiosos y perniciosos que trae consigo la actividad turística en el aspecto social?
- e) ¿Cuál es la percepción de los pobladores que no participan directamente del turismo sobre el TRC que viene llevándose en su localidad?



### 1.3. JUSTIFICACION

A nivel conceptual, la estimación de los impactos del turismo requiere la distinción entre los denominados impactos directos, indirectos e inducidos. Los primeros son los que se producen sobre las empresas que atienden directamente la demanda turística. Los impactos indirectos serían aquellos que tienen lugar a través de la cadena de relaciones intersectoriales que se originan a partir del impacto directo. Por último, los efectos inducidos tienen su origen en el gasto de la renta que se ha generado como consecuencia de los impactos directos e indirectos.

Realizar el estudio del impacto social y económico del turismo en Sibayo resulta necesario e importante ya que se tiene en el turismo un sector económico que cada vez contribuye en la generación de empleo y riqueza para sus pobladores, también resulta una herramienta óptima que proporciona a las autoridades información de gran utilidad que se convierte en argumentos para tomar decisiones sobre el modelo de desarrollo del Turismo Rural Comunitario, el presupuesto destinado a promocionar el sector, el desarrollo de proyectos dinamizadores del sector, la gestión de los espacios etc.; en este contexto, el desarrollo de la actividad turística en Sibayo tiene consecuencias sobre el entorno en el que se desarrolla ya que no es una actividad neutral y denominamos impactos a estas consecuencias que pueden ser positivas o negativas. Vamos analizar dichos impactos en función de dos dimensiones: Impactos económicos e impactos sociales y para eso se han utilizado las siguientes metodologías de impactos socioeconómicos basándonos en: La Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) y COHEN 1996.

Esto nos permitirá apreciar la manera cómo los hogares han aumentado los niveles de educación de sus miembros, si han capitalizado su vivienda; si han tenido un mayor acceso a los servicios de agua, electricidad y telefonía; si han incrementado su equipamiento con bienes de consumo durable; si han aumentado sus ingresos y a través de qué fuentes de ingreso; y cómo

ha variado el valor y la composición de su gasto familiar. Esta información permite comprender mejor el desempeño de la economía del distrito y la manera cómo se distribuyen los beneficios del crecimiento entre las familias; así como el volumen de la inversión pública y privada en la creación de infraestructuras, fomento de la oferta turística, tanto de los emprendedores en turismo rural como de su área de influencia.

Por otro lado Los impactos sociales del turismo se refieren a los cambios en la calidad y estilo de vida de los habitantes de las comunidades de destino, y al ajuste que deben hacer las comunidades receptoras para adaptarse a esta actividad. Estos abarcan múltiples aspectos y dependen de la intersección de una enorme variedad de factores. No obstante, existe consenso en que sus efectos pueden observarse en ámbitos muy específicos:

- Tipo de relaciones comunitarias.
- Patrones de migración.
- Estratificación social.
- Desvío de costumbres.
- Efecto de demostración.

Una adecuada gestión y organización de estos indicadores será fundamental para el desarrollo sostenible del distrito ya que se crearan políticas para una gestión concertada interinstitucional de desarrollo económico en general y turístico en particular con relación a la promoción, capacitación, formulación de planes y orientaciones para el Turismo Rural Comunitario, estos estudios sirven tanto para las instituciones públicas y privadas vinculadas en esta actividad turística como a la población teniendo un norte y visión compartidos y no caer en el error de que cada una realice su gestión de manera espontánea e individual o siguiendo sus propias iniciativas lo que hace ineficiente cualquier gestión para el desarrollo sostenible y cae como consecuencia sobre la calidad de vida de la población local.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. Objetivo General**

Identificar los principales impactos sociales y económicos que se producen en las familias que participan del Turismo Rural Comunitario en el Distrito de Sibayo.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- a. Describir la experiencia de TRC en Sibayo y sus principales características.
- b. Establecer la importancia del turismo como fuente económica para las familias emprendedoras en Sibayo
- c. Conocer el impacto del turismo en los hogares de los emprendedores turísticos en términos de empleo y de niveles de ingreso generados comparándolo con otros segmentos laborales.
- d. Establecer los principales factores beneficiosos y perniciosos que trae consigo la actividad turística en el aspecto social.
- e. Conocer la percepción de los pobladores que no participan directamente de ningún emprendimiento turístico sobre el TRC que viene llevándose en su localidad.

## **1.5. HIPÓTESIS**

Dado que el distrito de Sibayo durante los últimos 9 años ha desarrollado la actividad del turismo rural comunitario y ha estado sometida a una serie de impactos y transformaciones, es probable que estos hayan generado o producido cambios beneficiosos en el entorno económico y social de los emprendedores turísticos.

### 1.5.1. Matriz de variables e indicadores

ENUNCIADO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TECNICA	INSTRUMENTO
Impactos del turismo rural comunitario en el desarrollo social y económico de los emprendedores turísticos del distrito de Sibayo – Caylloma, 2015.	Turismo Rural Comunitario	Lineamientos del Turismo Rural	Trabajo de Gabinete	Revisión bibliográfica	Libros, revistas especializadas, guías, etc.
	Desarrollo Social y económico	Ingresos - gastos	Trabajo de gabinete y trabajo de campo	Cuestionario	Encuesta, Entrevista, taller participativo, Grabaciones en audio.
		Servicios (Equipamiento, Energía de la cocina)			
		Vivienda		Guía de observación	
		Tipo de relaciones comunitarias		Análisis de documentos Cuestionario	
		Patrones de migración			
		Estratificación social			
		Desvío de costumbres			
		El efecto de demostración			
Fuente: Elaboración Propia/ Noviembre 2015					

## **1.6. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **1.6.1.- Tipo de Investigación**

La presente investigación es de tipo relacional.

#### **Relacional:**

El estudio permite conocer la relación que hay entre dos dimensiones: la gestión del desarrollo turístico y el impacto social y económico en los emprendedores turísticos del distrito, respondiendo a la relación causa-efecto.

### **1.6.2.-Diseño de la investigación**

De acuerdo a Sampieri (2006) el diseño de la investigación es:

#### **La presente investigación es no experimental**

Es no experimental porque se ha observado el desarrollo turístico actual del distrito de Sibayo, es decir que las variables independientes que son desarrollo y turismo no han sido manipuladas por el investigador, sino que ya han ocurrido.

#### **De tipo transeccional**

Es un diseño transeccional porque los datos han sido recolectados en un solo momento y en un tiempo único.

#### **Es relacional- causal.**

Y es además un diseño causal porque las causas y efectos del desarrollo turístico que se dieron fueron investigados, observados y reportados (p. 208, 20).

### 1.6.3. Método de la investigación

En este contexto, vamos analizar dichos impactos en función de dos dimensiones: Impactos económicos e impactos sociales y para eso se han utilizado las siguientes metodologías de impactos socioeconómicos basándonos en: La Encuesta Nacional de Hogares (**ENAHOG**), es la investigación que permite al Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) desde el año 1995, efectuar el seguimiento de los indicadores sobre las condiciones de vida. Este enfoque metodológico observa y mide directamente la situación de los hogares ya que permite analizar la composición socio económica, el nivel de capitalización en la vivienda equipamiento, acceso a servicios básicos, las fuentes y el nivel de ingreso y finalmente la estructura del gasto familiar. En cuanto a los impactos sociales del turismo tomamos a Cohen, ya que se refiere a los cambios en la calidad y estilo de vida de los habitantes de las comunidades de destino, y al ajuste que deben hacer las comunidades receptoras para adaptarse a esta actividad. Estos abarcan múltiples aspectos y dependen de la intersección de una enorme variedad de factores. No obstante, existe consenso en que sus efectos pueden observarse en ámbitos muy específicos, con el fin de cubrir en mayor detalle y de una manera integral una apropiada identificación y evaluación del impacto social.

Cabe señalar que las metodologías anteriormente expuestas incluyen una valoración cualitativa de los impactos identificados. Además investigadores de las ciencias sociales como Rodrigo Sánchez, Federico Dejo entre otros lo han utilizado para diagnósticos rurales y evaluaciones de desarrollo Local. Vista su utilidad para el tema de evaluaciones, con las bondades y limitaciones que tiene esta metodología hemos tratado de adecuarla y aplicarla para la evaluación del impacto del turismo rural comunitario en el desarrollo socioeconómico del distrito de Sibayo, sobre relaciones causa y efecto, pero también es de gran utilidad para la presentación ordenada de los resultados de la evaluación. El proceso de evaluación es subjetivo.

El análisis consta de tres partes. La primera es una caracterización de la zona de estudio que se realizó bajo las pautas metodológicas propuestas por Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), PNUD, La Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG). Asimismo se realizó una descripción de las condiciones actuales de los servicios ofrecidos a los turistas.

En la segunda parte del análisis se darán a conocer los resultados de la encuesta. La misma que fue aplicada en dos tipos de hogares; en primer lugar, los hogares que por lo menos tienen uno de sus miembros trabajando en el sector turístico, y el otro grupo son los hogares que no tienen a ninguna persona trabajando en turismo.

Finalmente, se buscará conocer la importancia de los ingresos de quienes laboran en el sector turismo en los ingresos totales de sus hogares y por ende como este repercute en su situación económica. Asimismo se realizó una encuesta a los pobladores que no están involucrados directamente con el turismo, para conocer su percepción acerca del TRC que se realiza en su distrito.

#### **1.6.4. Ubicación temporal y espacial del estudio**

Para el desarrollo adecuado de la investigación se ha precisado el tiempo de ejecución y el espacio que contemplara el desarrollo del estudio.

##### **1.6.4.1. Temporal:**

El proceso inicial en la fase de gabinete, para la recolección de información empezó entre los meses de Mayo y Junio del 2015. Ya para el proceso de recolección de datos se realizaron visitas de campo periódicas entre los meses de julio hasta noviembre del año 2015, es en este periodo en que se ejecutaron los instrumentos de recolección así como la recopilación de datos complementarios que enriquecieron la investigación. Asimismo la tabulación y elaboración de los cuadros se hizo durante el año 2016.

#### 1.6.4.2. Espacial:

La evaluación del impacto del turismo rural comunitario en el desarrollo social y económico del distrito de Sibayo, se realizó teniendo como ámbito de influencia la capital del distrito de Sibayo (ubicado en la Provincia de Caylloma, Región Arequipa); con incidencia y localización en la zona del pueblo viejo “Rumillacta”.

**CUADRO Nº 01**  
**ÁMBITO DE ESTUDIO**

ESPACIO GEOGRÁFICO	LUGAR
ÁREA DE ESTUDIO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pueblo de Sibayo (Rumillacta)</li></ul>
DISTRITO	Sibayo
PROVINCIA	Caylloma
REGIÓN	Arequipa

Fuente: Elaboración Propia/ Noviembre 2015

#### 1.6.5.- Unidades de estudio

##### 1.6.5.1. Población y muestra

El universo de estudio está dividido en dos partes: Primero será considerada la población inmersa en la actividad turística conformada por: emprendedores asociados involucrados en las actividades turísticas (Asociación ASETUR, Asociación de artesanos SUMAC PALLAY y Asociación de Turismo de aventura ASTUAR) del Distrito de Sibayo, Provincia de Caylloma. El estudio ha identificado un universo de 20 emprendedores turísticos, los cuales serán considerados al 100% para la recolección de datos; en este caso en particular no se ha utilizado ningún tipo de muestreo debido a que se ha considerado la totalidad del universo para la recolección de datos. Segundo se tomara a la población que no está involucrada en la actividad turística, para esto tomamos



como referencia a la población en general que fue proyectada para el 2015 con un total de 675 por el INEI. Para esto sacamos una muestra probabilística donde el resultado nos dio 84 pobladores.

$$N = \frac{0.25N}{\left[ \frac{e}{z} \right]^2 (N-1) + 0.25}$$

$$N=675$$

$$E=0.10$$

$$Z = 95\% = 1.96$$

$$N = \frac{0.25 (675)}{\left[ \frac{0.10}{1.96} \right]^2 (675-1) + 0.25}$$

$$N = \frac{168.75}{1.7544 + 0.25}$$

$$N = \frac{168.75}{2.0044}$$

$$N = 84.19$$

$$N = 84$$

#### 1.6.6. - Técnicas e instrumentos de recolección de datos

##### 1.6.6.1. Tipo de técnica e Instrumento:

Para el desarrollo de una recolección de información acuciosa y exhaustiva se determinó utilizar la siguiente técnica de recolección de datos:

- **Técnica:**
  - ✓ Encuesta personal estructurada.
  - ✓ Observación Directa.
  - ✓ Revisión bibliográfica.
  - ✓ Entrevista estructurada.

- **Instrumento:**
- ✓ Cuestionario estructurado.
- ✓ Fichas y notas de recolección de Información.
- ✓ Textos, revistas especializadas, guías, etc.
- ✓ Grabaciones de audio.

#### **1.6.6.2. Descripción del instrumento y técnica:**

El instrumento que se aplicó a los emprendedores asociados fue de encuestas y entrevistas; el primer instrumento conto con 20 preguntas en general, de marcación fácil y respuesta única y para el segundo instrumento se aplicaron 15 preguntas estructuradas, para conocer la opinión de nuestros informantes sobre el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el distrito.

HERNÁNDEZ propone para el instrumento los siguientes niveles de medición:

- Nominal con dos o más categorías de variables no jerarquizadas ni ordenadas
- Por intervalos (Bueno - Regular - Malo/ Alta - Media - Baja).

También se realizó una encuesta aplicada a los pobladores que no participan directamente en ninguna actividad turística, con la finalidad de conocer su percepción sobre tal actividad.

---

## **CAPITULO II**

---

### **MARCO TEÓRICO**

---

## **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

El tema del Turismo Rural Comunitario en el distrito de Sibayo ha sido investigado por diferentes investigadores desde hace varios años atrás, por lo cual detallo a continuación algunos de los trabajos de investigación realizados acerca del tema:

### **2.1.1. INVESTIGACION 1: ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS SOCIO ORGANIZATIVOS DE LA EXPERIENCIA DE TURISMO RURAL COMUNITARIO DEL DISTRITO DE SIBAYO, PROVINCIA DE CAYLLOMA, 2012.**

#### **PRIMERA CONCLUSIÓN**

El proceso de estudio nos ha permitido mostrar que el distrito de Sibayo ha recibido apoyo intensivo desde sus inicios en el ámbito turístico, encaminando a los emprendedores turísticos a buscar su desarrollo mediante la gestión local basados en modalidades de organización del tipo asociativa, logrando grandes avances en la mejora turística. No obstante a este progreso de desarrollo se ha mostrado un estancamiento debido a una serie de conflictos internos y a la poca visión empresarial de las organizaciones existentes.

#### **SEGUNDA CONCLUSIÓN**

Sibayo es considerado como un icono de organización colectiva, es hasta el momento el principal precedente de desarrollo en base a la asociatividad. El principal beneficio obtenido es la diversificación de servicios y la amplia oferta de servicios especializados; sin embargo, uno de los principales limitantes de este tipo de organización es la ruptura y las discrepancias dentro de las organizaciones, aunque en muy bajo grado, ha empezado a surgir; estos inconvenientes afectarían a la asociación en el futuro si no se hace una reingeniería de la organización.

### **TERCERA CONCLUSIÓN**

Los pobladores, emprendedores, el gobierno local y demás instituciones fueron actores directos del desarrollo de esta experiencia de TRC, la cual se desarrolló gracias a la actitud positiva y el apoyo incondicional de los gestores interesados en la actividad turística del distrito de Sibayo; son estos los que lograron consolidar una alianza entre los beneficiarios y los cooperantes lo que concluyo en un apoyo incondicional de índole técnico y económico. Este proceso duro varios años, a esta época ha variado de un proceso de apoyo y asistencia técnica a uno de comercialización de su producto principal.

#### **2.1.2. INVESTIGACION 2: IMPACTO DEL TURISMO EN EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL DISTRITO DE SIBAYO, PROVINCIA DE CAYLLOMA AREQUIPA 2012.**

##### **PRIMERA CONCLUSIÓN:**

El turismo desarrollado en el distrito de Sibayo, ha demostrado traer beneficios casi inmediatos y muy favorables a la población que se dedica a esta actividad. Los beneficios directos son para las personas y organizaciones que se dedican a esta actividad. Todavía son pocos los beneficios para la población del entorno y las poblaciones lejanas a la capital del distrito.

Los principales beneficiarios con el turismo desarrollado en Sibayo fueron los propietarios de las casas vivenciales, teniendo en cuenta que el porcentaje que se dedica a esta actividad es casi 1 de cada 5 familias (19,6%). A este porcentaje se suman el 9.3% artesanos que se consideran beneficiarios directos.

##### **SEGUNDA CONCLUSIÓN:**

El Plan de Desarrollo Turístico del distrito de Sibayo ha posibilitado el impacto social y económico de manera positiva en el distrito.

La Municipalidad fue un importante ente gestor en el desarrollo turístico en Sibayo, que asumió e implementó el plan estratégico de desarrollo turístico, formulado participativamente por la población con el apoyo de una ONGs. La participación del Gobierno Local y los procesos de fortalecimiento de

capacidades y sensibilización de la ONG permitieron un nuevo modelo de desarrollo local, que contó con el apoyo de sus autoridades y la participación de la población beneficiaria.

La conformación de asociaciones para realizar las actividades turísticas, permitió tener una mejor organización en la toma de decisiones y canalizar la opinión de la población por medio de sus representantes.

### **TERCERA CONCLUSIÓN:**

La valoración de la población referente a la implantación del Plan de Desarrollo Turístico es positiva, debido a que esto les permite organizarse y ser gestores de sus propios servicios turísticos e iniciarse en esta nueva actividad; el turismo actualmente es considerado como actividad complementaria y de acuerdo al estudio, esta actividad mejoró su calidad de vida.

Un sector mayoritario de la población manifiesta no beneficiarse directamente de la actividad turística o que no participa directamente del desarrollo turístico. A pesar de ello se encuentran complacidos con las mejoras con la actividad del turismo en su distrito.

### **2.1.3. INVESTIGACION 3: DIAGNOSTICO DE LA CADENA DE VALOR TURÍSTICA EN LA EXPERIENCIA DE TURISMO RURAL COMUNITARIO EL DISTRITO DE SIBAYO, PROVINCIA DE CAYLLOMA, 2008.**

#### **PRIMERA CONCLUSIÓN:**

El distrito de Sibayo ha atravesado por varios cambios en su crecimiento poblacional y urbano como resultado de las migraciones y movilizaciones dentro del mismo distrito, actualmente la población joven representa un 56% de los habitantes del pueblo, en cuanto a las actividades económicas la ganadería está basada en la crianza de camélidos sudamericanos como las llamas y alpacas, la agricultura es más bien para autoconsumo existiendo pocas áreas destinadas a esta actividad complementaria a sus ingresos y está siendo fortalecida en los últimos años.

## **SEGUNDA CONCLUSIÓN:**

El distrito de Sibayo, desde siempre ha poseído una variedad de recursos naturales y culturales debido a su ubicación geográfica y a la cultura Collagua que pobló el valle del Colca tiempo atrás, los descendientes de esta cultura mantenido costumbres y actividades económicas ancestrales, sin embargo su población como en la mayoría de las zonas rurales enfrenta problemas de inclusión, crisis económica, pérdida de identidad y débil valoración de los recursos que poseen; ante esta situación surgió la idea de incorporar al turismo como una actividad económica alteña que genere ingresos a las familiares.

## **TERCERA CONCLUSIÓN:**

La actividad turística en Sibayo tiene sus antecedentes en el año 1996 cuando recibe el título de Patrimonio Cultural de la Nación por el INC, a partir de ese momento surge la idea de incorporar la actividad turística al distrito pero sin una respuesta positiva aun, sin embargo a partir del año 2001 con la intervención de la ONG Coordinadora Rural se da el surgimiento de la actividad turística a nivel de planes y propuestas.

## **2.2. EL TURISMO**

Existen diversas definiciones de turismo, Figueroa (1985:15) define económicamente al turismo como “acto que supone desplazamiento que conlleva el gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa”.

Asimismo incluye dentro de la oferta turística a “aquellos establecimientos, bienes y servicios de carácter residencial, artístico, cultural, social y de otra tipología capaces de captar y asentar en una determinada zona y en un periodo dado, una población que proceda del exterior”.

De acuerdo con el mismo autor, el turismo tiene un impacto en el desarrollo regional, en zonas con escasas posibilidades de desarrollo industrial o agrario.

La actividad turística permite una distribución más equitativa en el nivel de vida entre regiones desarrolladas y atrasadas dentro de un país, además, estimula el desarrollo con la mejora en la infraestructura y equipamiento necesarios para el turismo, que simultáneamente facilita el establecimiento de otras actividades y servicios dentro de la región.

El desarrollo de la actividad turística permite la creación de riqueza a través del efecto multiplicador del gasto turístico: el consumo de bienes y servicios turísticos afecta otras actividades productivas de una región a partir de la demanda de bienes y servicios intermedios y éstos a su vez generan una demanda de otros bienes y servicios intermedios que son necesarios para producir sus bienes.

La actividad turística afecta directamente las actividades de alojamiento, alimentación, transporte, recreación o entretenimiento, entre otras; también se afecta de forma indirecta la producción de bienes y servicios de actividades que se pueden catalogar como complementarias a las actividades turísticas, como lo son los servicios médicos, financieros, educativos y los servicios profesionales.

El desarrollo de la actividad turística en una región produce un impacto directo e indirecto en la generación de puestos de trabajo. El efecto directo se da en la creación de empleos en las actividades que componen la oferta turística, así como los proveedores de los mismos. Los efectos indirectos se producen por la demanda de trabajo para las actividades complementarias (servicios diversos). Existe una gran cantidad de sectores que se ven influenciados por la demanda turística, dada la variedad de bienes y servicios finales que los turistas demandan y la cantidad de bienes y servicios intermedios que son necesarios para la producción de bienes finales, pero la importancia de la demanda turística sobre el desarrollo de algún sector productivo en particular dependerá de qué tan relacionado esté ese sector a la actividad turística.

En esta sección conoceremos cuales son los impactos más importantes que enumeran diferentes autores con referente a la actividad turística que se desarrolla en un espacio geográfico.



## **2.3. IMPACTOS DEL TURISMO**

Cuando existe una intervención sobre un sistema económico o social, generalmente aparece una serie de cambios en las propiedades estructurales o funcionales, tanto a nivel cualitativo como cuantitativo. Estas transformaciones en el estado de los sistemas a su vez crean nuevas condiciones que pueden ser tanto aceptables como no deseadas en términos del cumplimiento de un objetivo.

Para tener una mejor comprensión del tema, analizaremos primero los conceptos de efecto e impacto:

El término de efecto se refiere, de acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española, a la situación o situaciones que resultan a corto, mediano y largo plazo debido a la acción de una causa.

Mientras que el término de impacto proviene de la voz *impactus*, del latín tardío, y significa, en su tercera acepción, “impresión o efecto muy intensos dejados a largo plazo en alguien o en algo por cualquier acción o suceso” (OECD, 2002).

Así se concluye que la diferencia entre efecto e impacto radica en que el primer concepto se aplica a la situación o situaciones que resultaron debido a la acción de una o varias causas; el segundo, a la persistencia en el tiempo y espacio de esa situación o situaciones, de tal forma que los efectos que perduran a largo plazo, también pueden considerarse como impactos.

### **2.3.1. Tipos de impacto**

El desarrollo del turismo produce impactos económicos, sociales, culturales y ambientales. Al mismo tiempo que un cambio puede ser visto como algo bueno por otro lado se puede percibir como algo negativo (Gartner, 1996).

En este apartado solo nos encargaremos de mencionar tanto los impactos ocasionados en el sector social y económico.

#### **2.3.1.1. Impactos económicos**

En la actualidad existen diversos países que consideran el desarrollo del turismo como fuente de crecimiento económico para el gobierno, a continuación citaremos a algunos autores:

Tinoco (2003, p. 57). Sostiene que los impactos económicos se originan tanto por el gasto turístico como por el desarrollo de la actividad turística.

“Entre los principales impactos positivos que genera el turismo se puede mencionar su contribución a la generación de empleos como en hoteles, restaurantes, agencias de viaje, etc. También con otros sectores empresariales, como la construcción, comercio y servicios en general. Y en los principales impactos negativos que genera el turismo se puede mencionar modificación de la estructura económica de las regiones, dolarización de la economía en los destinos turísticos, etc.”

Fuller (2008, p.78) cita a Cohen (1996):

En la esfera socioeconómica el turismo tiene efectos importantes en el ingreso estatal, en el ingreso de divisas, en el empleo y en el valor de la propiedad. Sin embargo, en muchos casos –sobre todo en comunidades agrarias– genera y refuerza tendencias inflacionarias al ejercer presión sobre ciertos recursos, particularmente sobre algunos productos agrícolas y sobre el valor de la tierra. En consecuencia, mientras que beneficia a aquellos directamente involucrados en el, puede ser oneroso para el resto de la población local que ve cómo los precios de los alimentos, los servicios y la tierra salen fuera de su alcance.

“Sin duda el turismo tiene efectos primordiales en la economía del destino, a menudo es acogido como una industria que atrae la moneda extranjera, el empleo y una forma de vida moderna, así como también se piensa que trae consigo la destrucción de los estilos de vida tradicionales” (Mathieson y Wall, 1990).

A continuación veremos cuáles son los aspectos positivos y negativos que puede traer el turismo en la economía de un país.

#### **2.3.1.1.1. Aspectos positivos de la actividad turística en la economía.**

La OMT (1998) menciona los siguientes aspectos positivos que son generados por la actividad turística en la economía de un país:

**a) Contribución del turismo al equilibrio de la balanza de pagos.**

El turismo genera la oportunidad de obtener de manera rápida las divisas necesarias para equilibrar la balanza nacional de pagos. El papel que juega el turismo se suele expresar en términos de ingresos, generados por visitantes internacionales, y gastos realizados por nacionales en el extranjero.

**b) Contribución del turismo al Producto Nacional Bruto (PNB).**

El gasto turístico en la economía de un país puede ser valorado a través de su contribución al PNB. Esta es una medida que puede ser utilizada como una indicación, ya que no explica los impactos en una economía con total amplitud.

**c) Contribución del turismo a la creación del empleo.**

La industria turística depende en gran medida del factor humano, por lo que favorece a la creación del empleo, ya sea directa o indirectamente, como se mencionó anteriormente.

**d) El turismo como motor de la actividad empresarial.**

Esta consideración es debido a sus múltiples conexiones con los demás sectores de la economía. La actividad turística está compuesta por un grupo heterogéneo de empresas, que dependen unas de las otras para proveerse, por lo que el crecimiento del turismo estimula el crecimiento de la demanda de bienes locales y del nivel económico del destino en general.

**e) Contribución de la actividad turística al aumento y distribución de la renta.**

Se reconoce no sólo el aumento de la renta en el área en la que se desarrolla el turismo, sino también la mejora de su distribución, tanto en la población como en la contribución al equilibrio regional del país OMT (1998).

**2.3.1.1.2. Aspectos negativos de la actividad turística en la economía.**

Según (Sancho, 2009; y Maldonado, 2006) entre los principales impactos negativos ocasionados por el turismo podemos encontrar los siguientes:

**a) Coste de oportunidad.**

Sucede debido a que se asigna un uso turístico a los recursos naturales, y posiblemente estos podrían ser utilizados para usos alternativos más provechosos.

**b) Costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística.**

Estos costes se dan debido a la caída de la demanda, ya que afecta a la economía en general, más cuando se es muy dependiente de la actividad.

**c) Inflación**

Se da debido a que el turista tiene un mayor poder adquisitivo y los precios de los productos se elevan para sacar mayor provecho, por lo que para la gente local se traduce en tener un menor poder adquisitivo.

**d) Posible especulación derivada de la demanda turística por terrenos y bienes raíces.**

El suelo se encarece porque llega a ser un bien escaso, ya que la actividad hace uso de este recurso.

**e) Pérdida de beneficios económicos potenciales.**

Esto se da mayormente en países en vías de desarrollo, ya que usualmente depende del capital inversor extranjero, por lo tanto los beneficios se quedan en los países que invierten.

**f) Distorsión o debilitamiento de las actividades económicas locales.**

Debido a que el capital humano local y de las áreas circundantes a los centros turísticos, prefieren trabajar en las actividades turísticas y dejan de hacerlo en lo que tradicionalmente lo hacían.

**g) Conflicto de intereses entre la población residente y los turistas**

Esto se da generalmente porque ambos empiezan a utilizar y compartir los mismos recursos naturales y los servicios públicos (p.11).

**h) Distribución desigual de los ingresos generados por el turismo, tanto a nivel general como de las comunidades**

Tinoco (2003, p. 49) aporta tres aspectos negativos los cuales son:

- a)** La entrada de divisas (que se quedan en el país) como resultado de la actividad turística es mínima, por el sistema de “paquete todo incluido”.
- b)** Competencia de productos extranjeros con los locales
- c)** Nivel salarial bajo con relación a las altas ganancias que genera el turismo”.

Para que los impactos negativos, en el factor económico, sean menor Edward Inskeep (Hudman y Hawkins, 1989) sugiere lo siguiente:

1. Desarrollar el turismo gradualmente, así los residentes locales tendrán suficiente tiempo para adaptarse y entender la actividad turística, así también el gobierno podrá crear un plan adecuado para organizar y monitorear al turismo.
2. Mantener un desarrollo adecuado para el destino turístico y su sociedad, y de ser posible desarrollar otros sectores económicos para que exista un balance en la estructura económica y de empleo.
3. Hacer que los residentes participen y formen parte en el proceso de toma de decisiones en la planeación y desarrollo del turismo, así podrán participar y determinar el futuro de este sector.
4. Usar al turismo como ayuda para justificar y financiar la preservación y el mantenimiento de sitios arqueológicos e históricos, conservación y revitalización de danzas tradicionales, música, teatro, artes, y artesanías únicas en la región, crear centros culturales y museos, y organizar eventos culturales (p.218).

### **2.3.1.2. Impactos sociales**

Los impactos que genera el turismo no son sólo económicos, sino también sociales, los mismos que muchas veces no son atendidos debidamente.

Fuller (2008, p.78) cita a Cohen (1996), para hacer referencia a este tipo de impacto, “Los impactos socioculturales del turismo se refieren a los cambios en la calidad y estilo de vida de los habitantes de las comunidades de destino, y al ajuste que deben hacer las comunidades receptoras para adaptarse a esta actividad. Estos abarcan múltiples aspectos y dependen de la intersección de una enorme variedad de factores. No obstante, existe consenso en que sus efectos pueden observarse en ámbitos muy específicos”.

Por otra parte la OMT (1998, p. 231) “menciona que el turismo constituye un marco en el que generalmente entran en contacto personas de diferentes culturas y niveles socioeconómicos, los impactos socioculturales en un destino turístico son el resultado de dichas relaciones mantenidas durante la estancia del visitante”.

Cuando existe explotación en un sitio turístico, se da frecuentemente algún tipo de modificación en cuanto a la cultura y el lugar en sí, esto puede ser deliberado o algo no intencional (Chambers, 1997).

Mathieson y Wall (1990) se refieren ante estos tipos de impacto en los siguientes términos:

Las repercusiones sociales y culturales del turismo son las formas en que el turismo contribuye a realizar cambios en los sistemas de valor, comportamiento individual, relaciones familiares, estilos de vida colectivos, niveles de seguridad, conducta moral, expresiones creativas, ceremonias tradicionales y organizaciones comunitarias.

Estas repercusiones se refieren a los cambios en la calidad de vida de los residentes de los destinos turísticos

En la actividad turística existe una relación llamada turista-anfitrión, la cual se da por el contacto entre el turista y el habitante del destino, debido a ésta interrelación se dan las repercusiones socioculturales de las que se está hablando. Los encuentros turista-anfitrión se dan en tres contextos principales: cuando el turista le compra una mercancía o servicio al anfitrión, cuando el turista y el anfitrión se encuentran en el mismo espacio físico y cuando las dos partes se enfrentan al intercambiar ideas e información (p.171).

#### **2.3.1.2.1. Aspectos positivos de la actividad turística en lo social.**

- a) Inserción de la comunidad en redes más amplias.
- b) Bases de la organización social.
- c) Ritmo de vida.
- d) Patrones de migración.
- e) División social del trabajo y relaciones de género.
- f) Estratificación social.
- g) Distribución del poder.
- h) Efecto de demostración (Cohen, 1996).

#### **2.3.1.2.2. Aspectos negativos de la actividad turística en lo social.**

Los autores (Hudman y Hawkins 1989) mencionan a la OMT (1998) que los efectos sociales del turismo son los siguientes:

##### **a) Polarización en la población.**

- Crecimiento desproporcionado de los bienes.
- Aquellos que forman parte de la transformación de la economía tradicional y de la provisión de los servicios para los turistas se enriquecen más rápido.



- Se incrementa lo referente a hacer dinero sin adquirir habilidad.

**b) Rompimiento de la familia.**

- Más divorcios.
- Excesiva libertad sexual.

**c) Desarrollo de las actitudes de una sociedad orientada al consumo; incidencia del fenómeno de patología social.**

- Prostitución.
- Abuso de drogas.
- Alcoholismo.
- Delincuencia.
- Aumento del crimen (p. 229)

La OMT (1998) “establece que el turismo puede provocar un cambio en la cultura del destino, si es que la comunidad receptora se encuentra frente a una cultura más fuerte; este fenómeno puede llegar a afectar más a los países en desarrollo, puesto que los residentes pueden llegar a percibir como superior la cultura de los visitantes”.

**2.3.1.3.- Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales**

De acuerdo a una publicación realizada por José Lázaro Quintero Santos, la cual pasare a transcribir literalmente, nos menciona que: Los impactos económicos del turismo son la medida de los beneficios y costes económicos generados por el desarrollo de esta actividad. Los beneficios potenciales se pueden apreciar con mayor nitidez en la cadena de impactos.

La cadena de impactos muestra como a partir del desarrollo del turismo potencialmente se puede generar una demanda de bienes y servicios, un desarrollo de infraestructura y superestructura, una dinamización de la inversión y la generación de empleos tanto en la actividad turística como en las ramas vinculadas a ella.

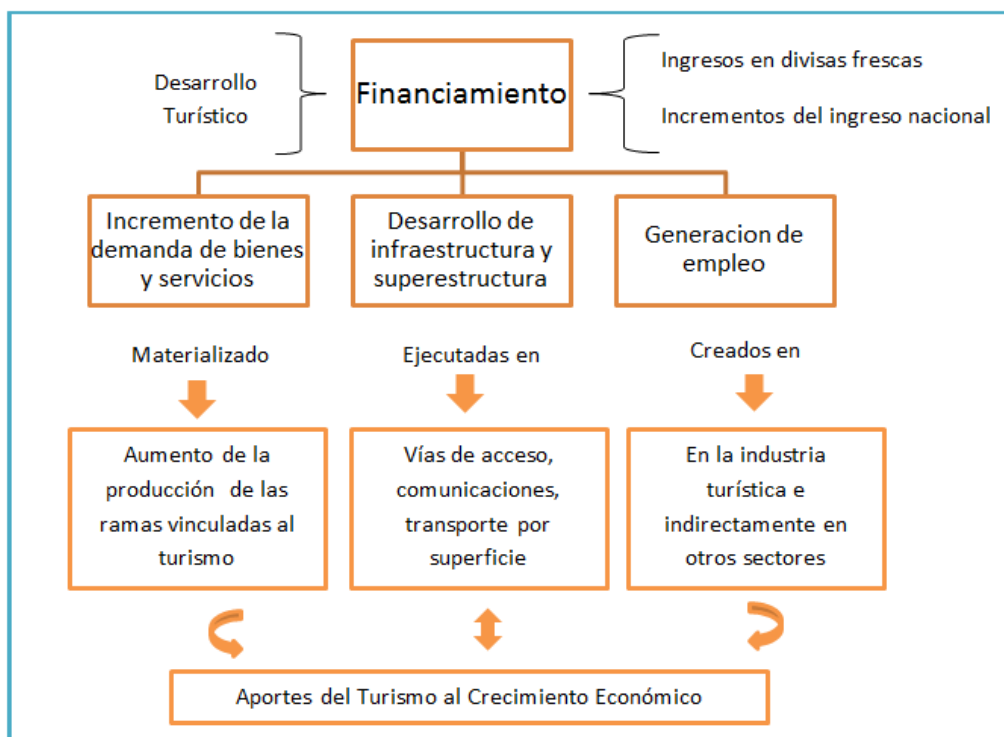
Es importante señalar el aporte del turismo a la balanza de pagos a través de los ingresos en divisas frescas lo que contribuye al incremento del ingreso nacional. A nivel macroeconómico la importancia de los ingresos turísticos para el conjunto de la economía se mide a través de la contribución al Producto Bruto Interno de los gastos que realizan los turistas en el país.

Por otro lado, la magnitud del impacto económico depende de gran medida de poder establecer los vínculos necesarios entre los diferentes agente económico que participan en la actividad turística y de factores tales como:

- La existencia de una política turística que planifique y oriente la actividad turística en función del desarrollo económico.
- El volumen del gasto turístico en el lugar de destino
- El tamaño de la base económica en el área de destino
- La recirculación del gasto turístico dentro del área de destino.
- La naturaleza de las ofertas y atractivos para los turistas
- El grado de ajuste a la estacionalidad de la demanda turística

El análisis de estos factores en las áreas receptoras de la actividad turística puede ser un buen medidor de los beneficios y costes del impacto económico del turismo.

**IMAGEN N°1**  
**CADENA DE IMPACTOS ECONOMICOS DEL TURISMO**



Fuente: José Lázaro Quintero Santos

En muchas ocasiones se critica la actividad turística y se pone de relieve su carácter depredador generado por los altos costes que supone el desarrollo del turismo cuando no existe un enfoque equilibrado y planificado de la actividad turística que potencie el progreso económico en los destinos turísticos. Los costes económicos que se asocian al desarrollo de la actividad turística son los siguientes:

### **Sobredependencia Económica del Turismo**

Las economías que dependen excesivamente del turismo son muy vulnerables a los cambios en la demanda turística la cual es muy volátil y susceptible a las diferentes coyunturas internacionales como crisis económicas, guerras, inestabilidad política, e inseguridad en los destinos turísticos. Estas situaciones pueden provocar una disminución en la demanda turística y por ende afectar de manera importante aquellas economías que tengan una alta dependencia de los ingresos por turismo.

## **Competencia Intersectorial**

El turismo, aunque puede ser un factor dinamizador para muchos sectores de la economía con otros puede competir e incluso frenar su desarrollo. Las relaciones de competencia más conocidas son las que se establecen entre el turismo y la agricultura. Cuando el turismo se va desarrollando en aquellas regiones con escasez de mano de obra y capital, generalmente hay una mano de obra de la agricultura al turismo.

Por otra parte, tanto la agricultura como otros sectores se pueden ver afectados por el desarrollo del turismo al desviarse la inversión a los lugares de mayor rentabilidad que suelen ser los turísticos. Esto puede provocar problemas estructurales en el desarrollo económico.

## **Estacionalidad de la demanda**

La estacionalidad de la demanda es una de las características casi inherentes al desarrollo del turismo. Las oscilaciones cíclicas o periódicas hacen que la demanda del turismo se concentre en apenas unos pocos meses del año, especialmente en los destinos de sol y playa, deportes náuticos y deportes de invierno. Este comportamiento estacional de la demanda puede originar efectos tales como:

- Problemas de estacionalidad laboral asociados a trabajadores estacionales por las temporadas de alta y baja turística.
- Contrataciones temporales de mano de obra poco especializada en los meses de mayor demanda del turismo, lo que puede afectar la calidad del servicio.
- Imposibilidad de mantener altos ingresos por turismo durante todo el año
- Elevados costes fijos en hotelería que pueden originar importantes gastos en los establecimientos hoteleros en los periodos de baja turística.

## **Inflacion**

El efecto inflacionario esta ligado a la subida de los precios del sueldo. En muchas ocasiones el desarrollo turistico genera especulacion por la alta demanda de suelos por parte de los empresarios turisticos y promotes inmobiliarios y la escasez de suelo para construcciones con fines turisticos, lo que convierte en un bienescaso y altamente demandado.

## **Fugas de Inversiones**

La fuga de inversiones se asocia a que las ganancias que genera la actividad turistica no siempre se reinvierten en beneficios de la propia actividad ni en crear infraestructuras y superestructura para mejorar las condiciones de vida de la poblacion local. En este sentido se plantea que el turismo es una actividad de un importante componente epeculativo máxime si tenemos en cuenta que un porcentaje importante de la actividad turistica la genera el sector privado.

## **Importancia de bienes servicios**

El turismo genera en muchas ocasiones una gran importacion de bienes y servicios cundo la economia domestica no puede responder a las necesidades de insumos del desarrollo turistico. Como consecuencia se establecen pocos vinculos de concatenacion con la economia interna, lo que implica que no se estimule el crecimiento de otras actividades economicas.

## IMAGEN N°2

### CONTRIBUCION DEL TURISMO A LA ECONOMIA NACIONAL



Fuente: World Travel & Tourism Council  
 Elaboración: CCIA – Dpto. de Estudios Económicos

## 2.4. EVOLUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO EN EL PERÚ

Como cualquier sector de actividad, el turismo genera efectos directos e indirectos sobre el resto de la economía. Por un lado, genera divisas que pueden ser utilizadas en el mismo sector pero que inevitablemente, a través de los encadenamientos existentes, logran esparcirse hacia otros sectores. Por otro lado, genera empleo directo e indirecto. Durante el año 2015 el sector turismo ha recuperado el sitial (tercer lugar) entre los Principales generadores de divisas del país.

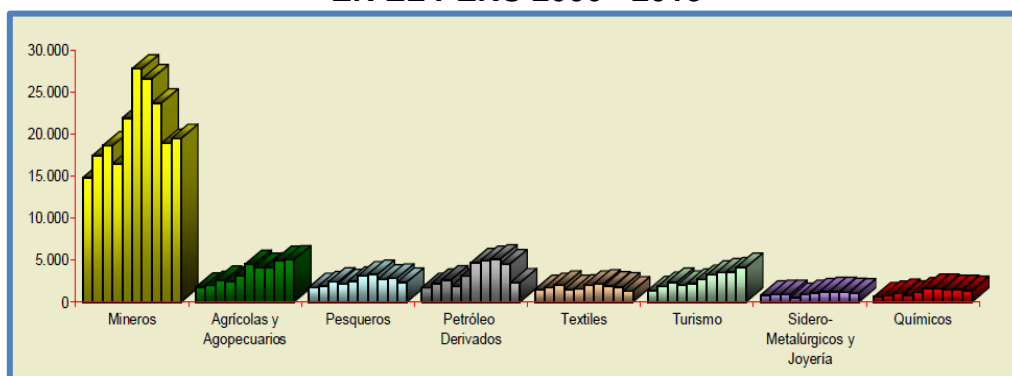
**CUADRO N°2**  
**PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS GENERADORES DE DIVISAS**  
**EN EL PERÚ 2006 – 2015**

Año	Mineros	Agrícolas y Agropecuarios	Pesqueros	Petróleo Derivados	Textiles	Turismo	Sidero-Metalúrgicos y Joyería	Químicos
2006	14.851	1.785	1.763	1.713	1.469	1.383	829	601
2007	17.493	1.963	1.954	2.248	1.730	1.854	907	803
2008	18.656	2.597	2.413	2.663	2.018	2.380	908	1.041
2009	16.508	2.456	2.200	1.894	1.492	2.015	560	837
2010	21.974	3.165	2.526	3.088	1.558	2.242	918	1.223
2011	27.849	4.503	3.146	4.704	1.986	2.695	1.128	1.645
2012	26.637	4.122	3.302	4.959	2.157	3.240	1.253	1.624
2013	23.750	4.181	2.724	5.148	1.919	3.514	1.264	1.495
2014	18.950	4.976	2.877	4.559	1.795	3.621	1.145	1.509
2015	19.529	5.054	2.369	2.301	1.324	4.140	1.075	1.393

Fuente: BCRP, BADATUR - OTP

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

**GRAFICO N°1**  
**PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS GENERADORES DE DIVISAS**  
**EN EL PERÚ 2006 - 2015**



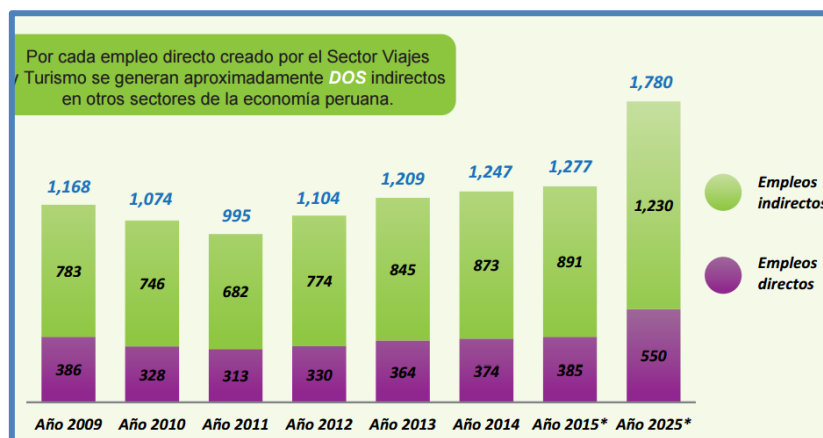
Fuente: BCRP, BADATRU – OTP

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

La generación de puestos de trabajo es otro de los beneficios que trae consigo la actividad turística. Al 2015, se estima que existen 385 mil puestos de trabajo directos creados por esta actividad. Estos representan el 2.4% de la PEA Ocupada peruana, ubicando a nuestro país en la posición 135 a nivel mundial, muy por debajo del promedio latinoamericano y global, los cuales son 3.6% y 3.7%, respectivamente. La creación de empleos indirectos por parte del Sector Viajes y Turismo ascendió a 891 mil puestos de trabajo, lo que conlleva a afirmar que por cada empleo directo creado por el turismo, se generarían aproximadamente 2 empleos indirectos en otros sectores de la economía nacional. Los empleos directos e indirectos representan el 7.9% del total en Perú, posicionando a nuestro país en el lugar 111 a nivel mundial, y sexto a nivel de Latinoamérica por debajo de México (15.7%), Argentina (9.7%), Chile (9.1%), Brasil (8.8%) y Uruguay (8.3%). Es evidente la capacidad dinamizadora

del turismo en otros sectores económicos, lo cual revela que existe un gran potencial en nuestro país, el que debe ser aprovechado tomando en cuenta los grandes atractivos que posee el Perú.

## GRAFICO N°2 EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS CREADOS POR EL SECTOR VIAJES Y TURISMO EN MILES



Fuente: World Travel & Tourism Council

Elaboración: CCIA - Dpto. de Estudios Económicos

\* Estimación

Las divisas generadas por el sector turístico conforman a groso modo lo que constituye el valor bruto de la producción del sector turístico, por lo menos en su componente internacional. Sin embargo, lo que realmente interesa es el efecto económico de este sector sobre el valor agregado, es decir, sobre el PBI del sector. Para conocer el aporte del turismo al PBI se suele utilizar el PBI del sector Restaurantes y hoteles, plenamente identificado en las cuentas nacionales.

La estimación del PBI del sector turístico es más compleja. Este tema ha sido discutido notablemente en los últimos años y ha dado origen a la propuesta de las Cuentas Satélites en Turismo. Lamentablemente este tipo de estimaciones, dada la realidad de las estadísticas nacionales, se encuentra aún en una dimensión de más largo plazo.

La cuenta satélite de Turismo (CST) es una metodología de contabilidad nacional que equivale a registrar en una cuenta específica la demanda de los



turistas y la inversión de los proveedores turísticos para la atención de los visitantes. Los propósitos principales de la CST son, en primer lugar, dar a los gobiernos, empresarios y ciudadanos mejores instrumentos para realizar diseños de políticas y estrategias de negocios para el sector turístico, y así realizar una evaluación efectiva y eficiente de su inversión. En segundo lugar, la Organización Mundial del Turismo tiene como fin obtener un instrumento estándar de medición del turismo para realizar comparaciones entre países. La estructura fundamental de la CST está basada en el balance general existente dentro de una economía entre la demanda de bienes y servicios turísticos y su oferta. La idea detrás de su construcción es analizar en detalle los aspectos de la demanda de bienes y servicios dentro de la economía y observar cómo ocurre su interconexión con la oferta, así como la relación de esta última con otros sectores de la misma economía. Las cuentas satélites ofrecen la posibilidad de medir el aporte del turismo al PBI, el número de empleos generados, los impuestos obtenidos por dicha actividad y además su impacto en la balanza de pagos.

Para esto el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) presentó en julio del 2016 la evolución económica del turismo en el Perú entre los años 2011-2015, el cual está basado en los resultados de la Cuenta Satélite de Turismo, que mide la dimensión y composición del turismo en la economía de un país.

Los resultados que se presentan a continuación dan a conocer importantes indicadores como el Producto Bruto Interno Turístico (PBI Turístico) generado por las actividades económicas y el Consumo Turístico Interior conformado por el gasto turístico interno y receptivo, además de la cuantificación de otros servicios proporcionados a los visitantes.

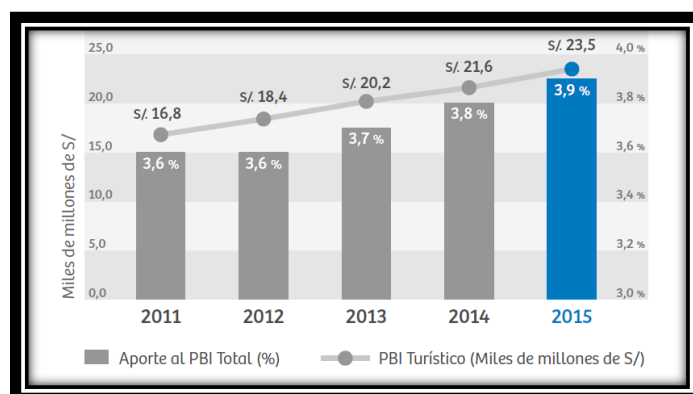
Principales resultados:

- El aporte del PBI Turístico ha aumentado del 2011 al 2015 de 3,6% a 3,9%.

- El aporte del consumo turístico interior al PBI Total ha aumentado del 2011 al 2015 de 6,4% a 6,9%.
- El gasto turístico interno ascendió a S/ 26 mil millones en el 2015.
- El ingreso de divisas por turismo asciende a US\$ 4 151 millones, significando un incremento de 47,5% entre el 2011 y el 2015.
- El PBI Turístico representa el 3,9% del PBI nacional, generado por actividades económicas como el transporte de pasajeros, provisión de alimentos y bebidas, alojamiento, industria cultural, recreativa y deportiva, agencias de viajes, producción y comercio de artesanía, entre otros. En el 2015 el PBI Turístico totalizó S/ 23,5 miles de millones.

### GRAFICO N°3 PBI TURISTICO

(Miles de millones de soles y porcentaje)

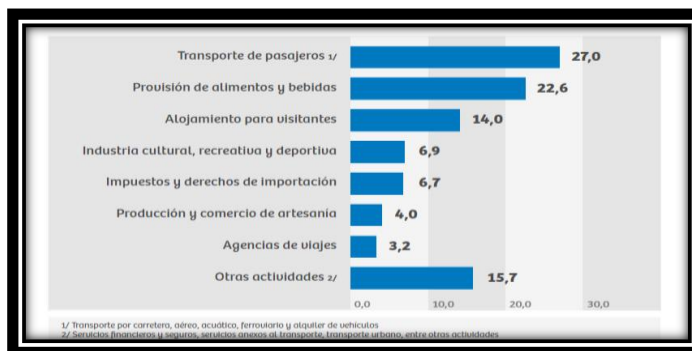


Fuente: INEI, MINCETUR  
Elaboración: MINCETUR / VMT / DGIETA – DEPTA

- En el año 2015 tres grandes actividades económicas contribuyeron con el 63,6% a la generación de este indicador: el transporte de pasajeros (carretera, aéreo, acuático, ferroviario y alquiler de vehículos), la provisión de alimentos y bebidas y el alojamiento para visitantes.
- Adicionalmente, los servicios culturales, recreativos y deportivos participaron con 6,9%, la producción y comercio de artesanía, las agencias de viaje y otras actividades contribuyeron con el 23%, y

finalmente, el 6,7% restante correspondió a los impuestos y derechos de importación.

**GRAFICO N°4**  
**PBI TURISTICO POR ACTIVIDAD ECONOMICA, 2015**  
**(Estructura porcentual)**

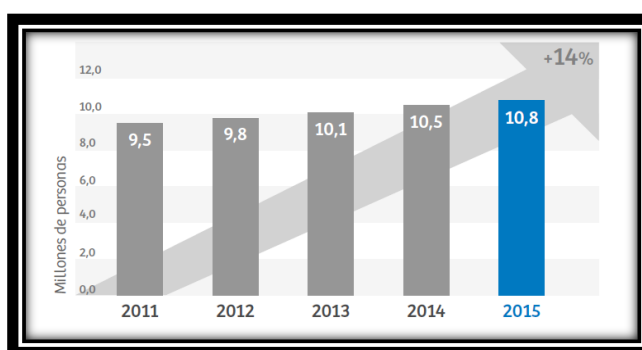


*Fuente: INEI, MINCETUR*

*Elaboración: MINCETUR / VMT / DGIETA – DEPTA*

- Visitantes por turismo interno, En el 2015 viajaron 10,8 millones de turistas internos, es decir, 1,3 millones más que en el 2011 equivalente a un crecimiento acumulado de 14% entre el 2011 y el 2015.

**GRAFICO N°5**  
**POBLACION VIAJERA POR TURISMO INTERNO**  
**(Millones de personas)**

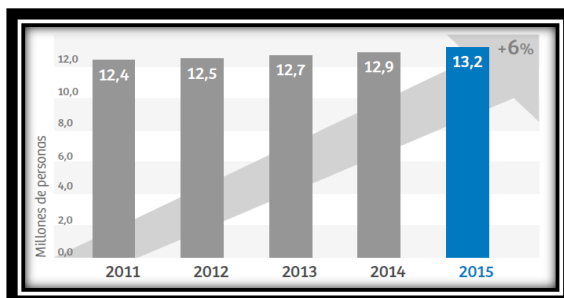


*Fuente: MINCETUR*

*Elaboración: MINCETUR / VMT / DGIETA – DEPTA*

- Durante el mismo año viajaron 13,2 millones de personas por excursionismo interno o visitas del día, es decir, 800 mil más que en el 2011, lo que significa un crecimiento acumulado de 6% en el periodo 2011 – 2015.

**GRAFICO N°6**  
**POBLACION VIAJERA POR EXCURSIONES**  
**(Millones de personas)**

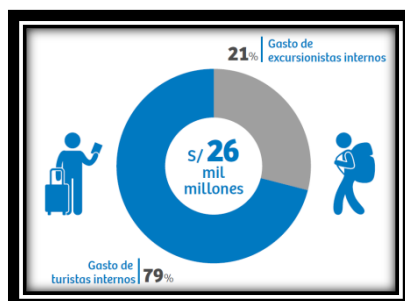


Fuente: INEI, MINCETUR

Elaboración: MINCETUR / VMT / DGIETA – DEPTA

- El gasto turístico interno, en el 2015 ascendió a S/ 26 mil millones y comprende el gasto efectuado por turistas y excursionistas en la adquisición de bienes y servicios de consumo durante sus viajes dentro del país.

**GRAFICO N°7**  
**GASTO DE EXCURSIONISTAS INTERNOS, GASTO DE**  
**TURISTAS INTERNOS**

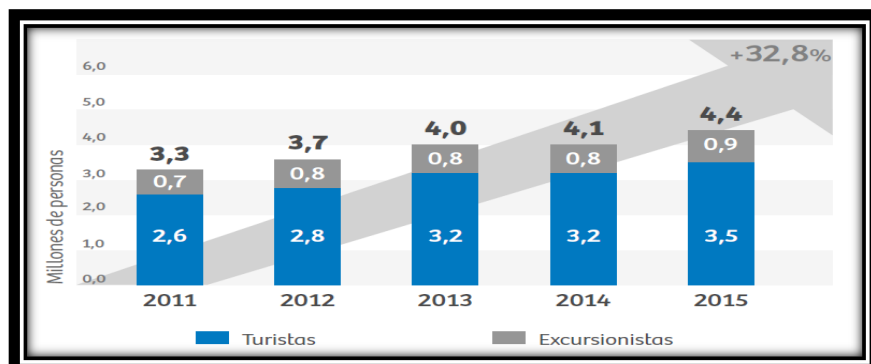


Fuente: MINCETUR

Elaboración: MINCETUR / VMT / DGIETA – DEPTA

- Visitantes internacionales en el Perú, En el año 2015 llegaron 4,4 millones de visitantes internacionales, es decir, 1,1 millones más que en el 2011, lo que equivale a un crecimiento acumulado de 32,8% durante este periodo.

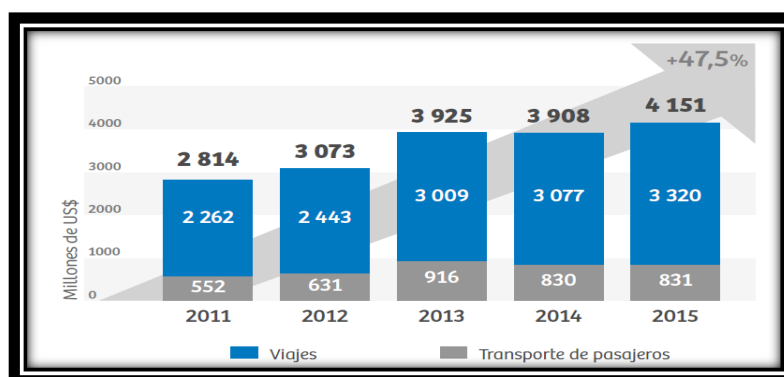
**GRAFICO N°8**  
**LLEGADA DE VISITANTES INTERNACIONALES**  
**(Millones de personas)**



*Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones*  
*Elaboración: MINCETUR / VMT / DGIETA – DEPTA*

- Gasto turístico receptivo, El ingreso de divisas generado por el turismo receptivo, se explica por el gasto que realizan los turistas y excursionistas internacionales cuando visitan el país.

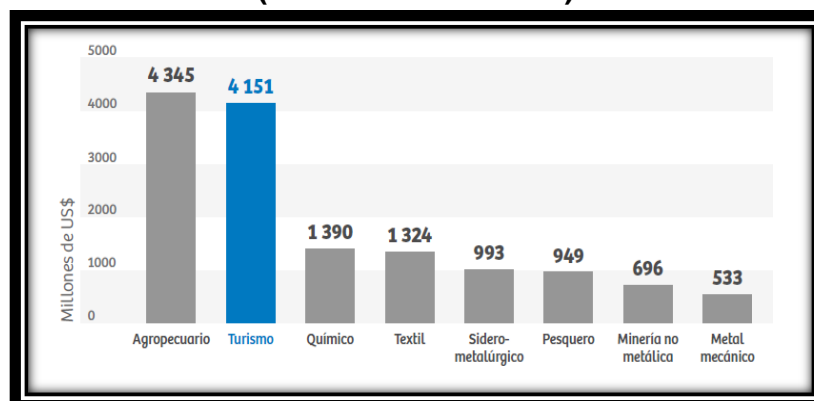
**GRAFICO N°9**  
**INGRESO DE DIVISAS POR TURISMO RECEPTIVO**  
**(Millones de dólares)**



*Fuente: BCRP*  
*Elaboración: MINCETUR / VMT / DGIETA - DEPTA*

- Turismo y exportaciones, el turismo es uno de los principales sectores que generan divisas al país, mostrando una tendencia creciente durante el periodo 2011-2015. Al compararse con las exportaciones no tradicionales, en el año 2015, el turismo se ubicó en el segundo lugar, solamente superado por las ventas al mercado internacional de los productos agropecuarios.

**GRAFICO N°10**  
**EL TURISMO Y LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES,**  
**2015**  
**(Millones de dólares)**



Fuente: BCRP, SUNAT  
 Elaboración: MINCETUR / VMT / DGIETA - DEPTA

En consecuencia, a pesar de que existe una tendencia a la creciente institucionalización y formalización de este sector, el turismo no ha logrado desarrollar todo su potencial debido a carencias en servicios y en conectividad. Esta situación da cuenta de la desarticulación aún presente entre los actores de esta actividad.

En conclusión, el turismo ha obtenido, con el transcurso del tiempo, una creciente presencia y relevancia en las políticas públicas. Se observa una tendencia hacia la institucionalización y formalización de esta actividad. La evolución de su importancia responde a los cambios globales de la industria turística y a las fluctuaciones en la concepción del papel del Estado en la economía

Sin embargo, puede decirse que a lo largo del siglo XXI y en lo que va del presente han predominado los regímenes liberales, por lo que las políticas públicas se han concentrado mayormente en la promoción del producto Perú; mientras que la inversión en infraestructura y en la puesta en valor del patrimonio material e inmaterial ha sido poca y dependiente de donaciones de la cooperación internacional o de la iniciativa privada.

El tipo de turismo que caracteriza al Perú como receptor de turistas extranjeros es el cultural. Sin embargo, la tendencia a la diversificación de esta actividad lleva a que aparezcan modalidades cada vez más diversas tales como los

turismos de la naturaleza, étnico, gastronómico y rural. En consonancia, se observa que las políticas públicas de promoción del turismo se concentraron, hasta la década de los noventa, en la promoción del Perú como destino histórico cultural, mientras que a partir de dicha década empiezan a promocionarse otras variedades de turismo, como las mencionadas.

Al respecto, resulta ilustrativo analizar la manera en que el Estado nacional define la posición de ciertas minorías étnicas o poblaciones campesinas que mantienen estilos de vida tradicionales, para adecuarlas a las demandas del turismo internacional. En el Perú, por ejemplo, las poblaciones campesinas de la región andina y sus manifestaciones artísticas y culturales tienden a ser asimiladas al folklore, al pasado remoto o a las raíces de la cultura peruana, mientras que los grupos étnicos que habitan la Amazonía han empezado a ser vendidos en paquetes de turismo étnico o ecológico como “otros primitivos”.

**CUADRO N°3**  
**PERÚ: BALANZA DE BIENES Y SERVICIOS DEL SECTOR TURISMO**  
**(Millones de dólares)**

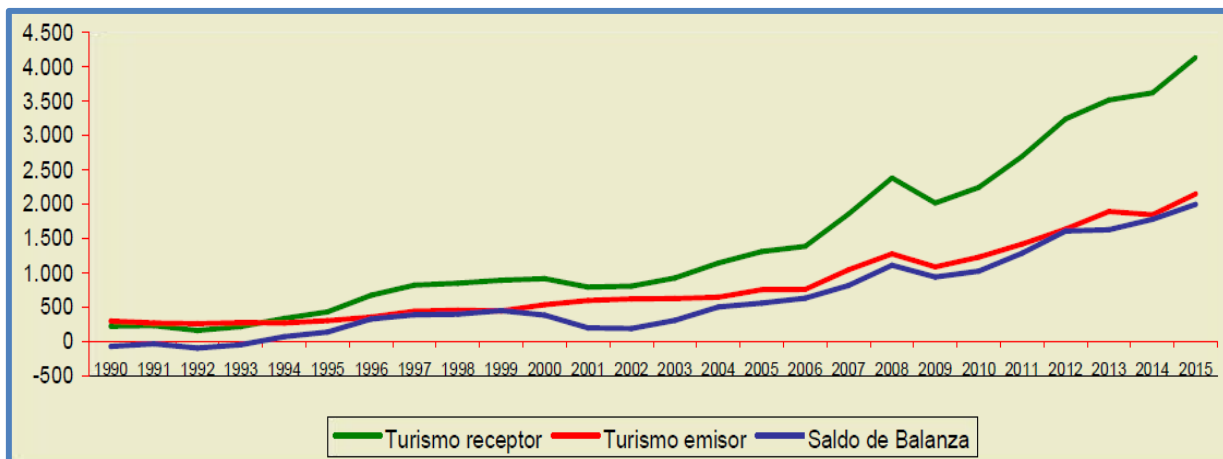
Año	Turismo Receptivo	Turismo Emisor	Saldo de Balanza
1990	217	295	-78
1991	225	263	-38
1992	156	255	-99
1993	215	269	-54
1994	331	266	65
1995	428	297	131
1996	670	350	320
1997	816	434	382
1998	845	452	393
1999	890	443	447
2000	911	530	381
2001	788	592	196
2002	801	616	185
2003	923	620	303
2004	1.142	643	499
2005	1.308	752	556
2006	1.383	756	627
2007	1.854	1.042	812
2008	2.380	1.275	1.105
2009	2.015	1.081	934
2010	2.242	1.223	1.019
2011	2.695	1.414	1.281
2012	3.240	1.635	1.605
2013	3.514	1.891	1.623
2014	3.621	1.843	1.778
2015	4.140	2.147	1.993

Fuente: B.C.R.P. BADATUR

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

La Balanza de Bienes y Servicios del sector turismo, la cual es parte de la Balanza en la Cuenta Corriente de la Balanza de Pagos del Perú, alcanzó un superávit (mayores ingresos del turismo receptor con respecto con relación a los egresos del turismo emisor) en el año 2015, ascendente a 1.993 millones de dólares.

**GRAFICO N°11**  
**PERÚ: BALANZA DE BIENES Y SERVICIOS DEL SECTOR TURISMO**



Fuente: B.C.R.P. BADATUR  
 Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

**CUADRO N°4**  
**PERÚ: CRECIMIENTO DEL TURISMO RECEPTOR EN TÉRMINOS INCREMENTALES Y ANUALES**

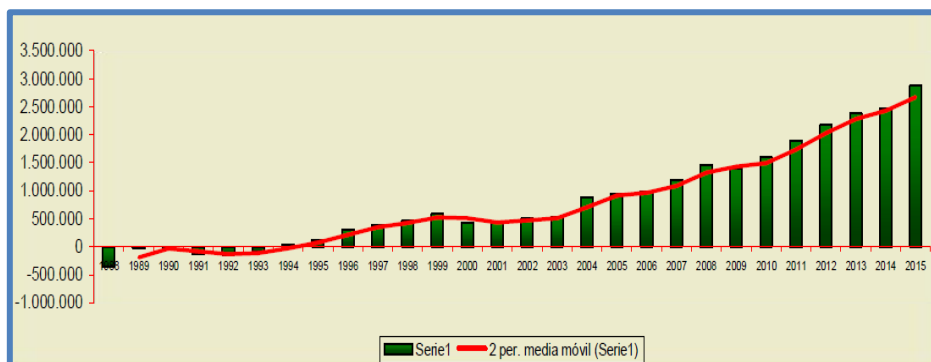
Año	Turismo Receptor	Año Base	Turismo Receptor Incremental
1988	359.000		-359.000
1989	334.000	359.000	-25.000
1990	316.871	359.000	-42.129
1991	232.012	359.000	-126.988
1992	216.534	359.000	-142.466
1993	271.901	359.000	-87.099
1994	386.120	359.000	27.120
1995	479.231	359.000	120.231
1996	662.736	359.000	303.736
1997	746.599	359.000	387.599
1998	819.530	359.000	460.530
1999	944.000	359.000	585.000
2000	793.183	359.000	434.183
2001	792.466	359.000	433.466
2002	859.379	359.000	500.379
2003	881.010	359.000	522.010
2004	1.244.608	359.000	885.608
2005	1.296.010	359.000	937.010
2006	1.347.850	359.000	988.850
2007	1.540.107	359.000	1.181.107
2008	1.822.358	359.000	1.463.358
2009	1.754.528	359.000	1.395.528
2010	1.949.976	359.000	1.590.976
2011	2.242.472	359.000	1.883.472
2012	2.528.373	359.000	2.169.373
2013	2.742.526	359.000	2.383.526
2014	2.824.801	359.000	2.465.801
2015	3.229.025	359.000	2.870.025

Tasa de crecimiento incremental 23,84%  
 Tasa de crecimiento anual 8,48%  
 Fuente: BADATUR -OTP  
 Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

El crecimiento del turismo receptor en términos incrementales, tomando en consideración el año base de 1988, nos indica que el mismo experimento un crecimiento anual del 23,84%.



**GRAFICO N°12**  
**PERÚ: CRECIMIENTO DEL TURISMO RECEPTOR EN TÉRMINOS**  
**INCREMENTALES Y ANUALES**



Fuente: BADATUR -OTP

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

**CUADRO N°5**  
**PERÚ: FLUJO DEL TURISMO RECEPTOR Y EMISOR (CANTIDAD DE**  
**PERSONAS)**

Año	Turismo receptor cantidad de personas	Turismo emisor cantidad de personas	Superávit o déficit en el flujo de personas
1988	359.000	192.785	166.215
1989	334.000	234.057	99.943
1990	316.871	328.973	-12.102
1991	232.012	377.485	-145.473
1992	216.534	381.000	-164.466
1993	271.901	465.632	-193.731
1994	386.120	502.038	-115.918
1995	479.231	508.382	-29.151
1996	662.736	510.041	152.695
1997	746.599	576.747	169.852
1998	819.530	616.068	203.462
1999	944.000	681.316	262.684
2000	793.183	768.312	24.871
2001	792.466	686.799	105.667
2002	859.379	913.573	-54.194
2003	881.010	890.529	-9.519
2004	1.244.608	1.564.221	-319.613
2005	1.296.010	1.642.432	-346.422
2006	1.347.850	1.708.129	-360.279
2007	1.540.107	1.682.507	-142.400
2008	1.822.358	1.630.290	192.068
2009	1.754.528	1.550.000	204.528
2010	1.949.976	1.547.485	402.491
2011	2.242.472	1.671.284	571.188
2012	2.528.373	1.804.987	723.386
2013	2.742.526	1.949.732	792.794
2014	2.824.801	1.900.025	924.776
2015	3.229.025	2.190.876	1.038.149

Fuente: BADATUR - OTP

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

Durante los primeros años de la década de los noventa el desarrollo del turismo mostró indicadores negativos.

En efecto, entre 1988 y 1992, el número de turistas extranjeros se redujo de 359.000 a 216.534 visitantes, lo cual representó una tasa media anual de contracción en el turismo receptor de -11,87%, debido principalmente al clima

de violencia terrorista que condujo al país a un estado de inestabilidad económica y social.

El impacto fue muy severo en los ingresos por concepto de divisas, tanto en el ámbito de las cuentas nacionales como en el sector turismo. En el período 1988-1992 estos ingresos mostraron una tasa anual de crecimiento negativo del orden del -11,30%. Fue en dichos años cuando se aplicó en el país un conjunto de medidas orientadas a pacificarlo y a estabilizarlo económicamente, lo que mejoró de manera sustancial su imagen turística en el exterior. Ello se evidenció en los ingresos por divisas del sector, los que crecieron en el período 1993-2012 a una tasa media anual del 15,34%. Mientras que en el período 1990-2012 la tasa de crecimiento media anual había sido del 13,08%.

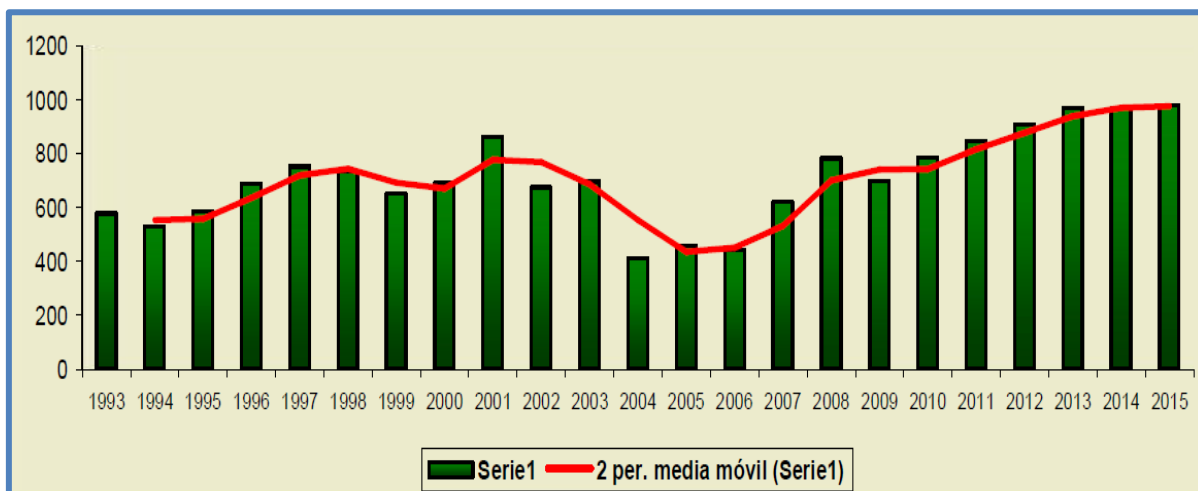
**CUADRO N°6**  
**PERÚ: GASTO PER CÁPITA DEL TURISMO EMISOR EN DÓLARES**  
**CORRIENTES**

Años	Egresos Turismo Emisor	Cantidad de Turistas	Gasto Per Cápita en dólares
1993	269.000.000	465.632	578
1994	266.000.000	502.038	530
1995	297.000.000	508.382	584
1996	350.000.000	510.041	686
1997	434.000.000	576.747	752
1998	452.000.000	616.068	734
1999	443.000.000	681.316	650
2000	530.000.000	768.312	690
2001	592.000.000	686.799	862
2002	616.000.000	913.573	674
2003	620.000.000	890.529	696
2004	643.000.000	1.564.221	411
2005	752.000.000	1.642.432	458
2006	756.000.000	1.708.129	443
2007	1.042.000.000	1.682.507	619
2008	1.275.000.000	1.630.290	782
2009	1.081.000.000	1.550.000	697
2010	1.222.625.912	1.557.485	785
2011	1.414.000.000	1.671.284	846
2012	1.635.000.000	1.804.987	906
2013	1.891.000.000	1.949.732	970
2014	1.843.024.250	1.900.025	970
2015	2.147.058.480	2.190.876	980

Fuente: B.C.R.P. BADATUR –OTP

El gasto per cápita del turismo emisor peruano se mantuvo constante durante el año 2015, ascendió a US\$ 980,00.

**GRAFICO N°13**  
**PERÚ: GASTO PER CÁPITA DEL TURISMO EMISOR EN DÓLARES**  
**CORRIENTES**



Fuente: B.C.R.P. BADATUR -OTP  
 Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

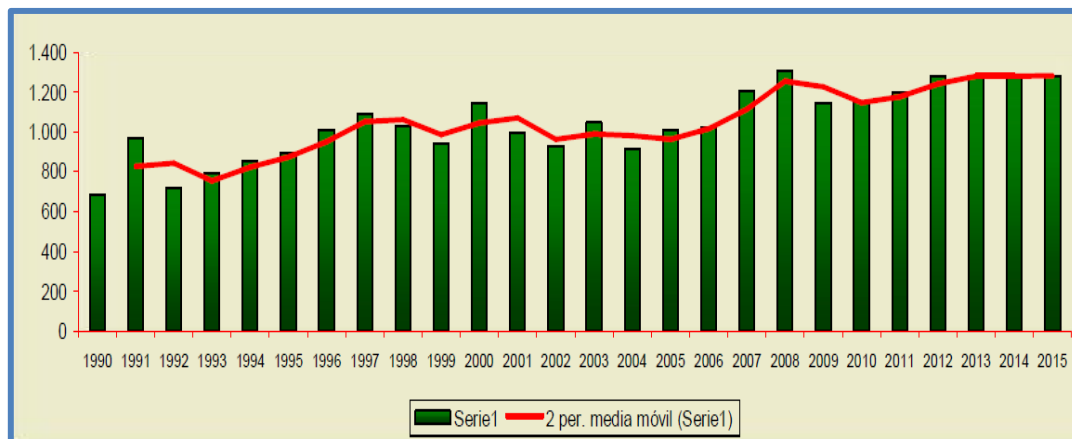
**CUADRO N°7**  
**PERÚ: GASTO PROMEDIO PERCÁPITA TURISMO RECEPTOR**  
**EN DÓLARES CORRIENTES**

AÑO	Ingresos Turismo Receptor	Cantidad Turistas	Gasto per cápita en dólares
1990	217.000.000	316.871	685
1991	225.000.000	232.012	970
1992	156.000.000	216.534	720
1993	215.000.000	271.901	791
1994	331.000.000	386.120	857
1995	428.000.000	479.231	893
1996	670.000.000	662.736	1.011
1997	816.000.000	746.599	1.093
1998	845.000.000	819.530	1.031
1999	890.000.000	944.000	943
2000	911.000.000	793.183	1.149
2001	788.000.000	792.466	994
2002	801.000.000	859.379	932
2003	923.000.000	881.010	1.048
2004	1.142.000.000	1.244.608	918
2005	1.308.000.000	1.296.010	1.009
2006	1.383.000.000	1.347.850	1.026
2007	1.854.000.000	1.540.107	1.204
2008	2.380.000.000	1.822.358	1.306
2009	2.015.000.000	1.754.528	1.148
2010	2.242.472.508	1.949.976	1.150
2011	2.695.000.000	2.242.472	1.202
2012	3.240.000.000	2.528.373	1.281
2013	3.514.000.000	2.742.526	1.281
2014	3.621.394.882	2.824.801	1.282
2015	4.139.610.050	3.229.025	1.282

Fuente: B.C.R.P. BADATUR - OTP  
 Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

El gasto Per cápita del turismo receptor peruano se mantuvo constante con respecto al del año 2014. Según el BADATUR del Observatorio Turístico del Perú.

**GRAFICO N°14**  
**PERÚ: GASTO PROMEDIO PERCÁPITA DEL TURISMO RECEPTOR**



Fuente: B.C.R.P. BADATUR -OTP  
 Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

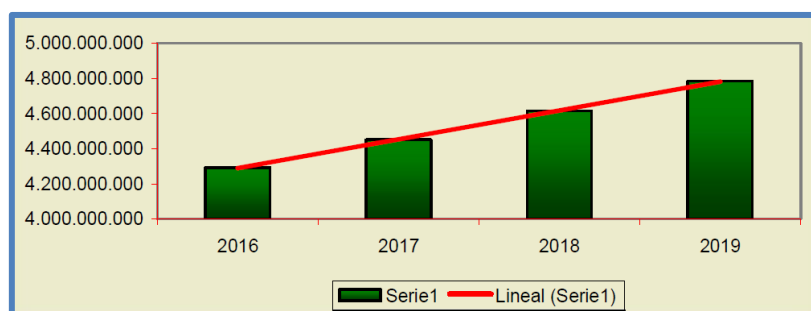
**CUADRO N°8**  
**PERÚ: INGRESOS MONETARIOS DEL**  
**TURISMO RECEPTOR PROYECTADOS**

Año	Ingresos en dólares
2016	4.292.361.661
2017	4.450.749.806
2018	4.614.982.474
2019	4.785.275.327

Tasa de crecimiento anual: 3,69%  
 Fuente: BADATUR del OTP  
 Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

El ingreso esperado por el turismo receptor, para el período (2016 – 2019) se espera que tenga una tasa de comportamiento anual de crecimiento del 3,69%.

**GRAFICO N° 15**  
**PERÚ: INGRESOS MONETARIOS DEL TURISMO RECEPTOR**  
**PROYECTADOS**



Fuente: BADATUR  
 Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

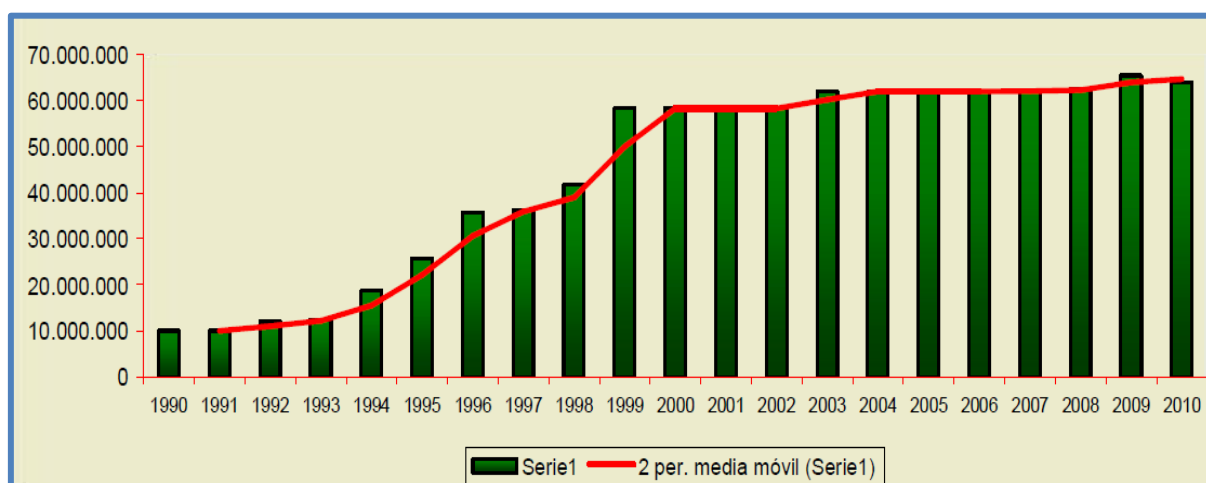
**CUADRO N°9**  
**PERÚ: INVERSIÓN DIRECTA EXTRANJERA EN EL SECTOR TURISMO**

Año	Inversión directa extranjera Sector Turismo dólares corrientes
1990	10.000.000
1991	10.000.000
1992	12.000.000
1993	12.429.000
1994	18.630.000
1995	25.640.000
1996	35.640.000
1997	36.200.000
1998	41.760.000
1999	58.370.000
2000	58.370.000
2001	58.370.000
2002	58.370.000
2003	62.100.000
2004	62.000.000
2005	62.000.000
2006	62.100.000
2007	62.100.000
2008	62.500.000
2009	65.500.000
2010	64.000.000

Fuente: Pro inversión, BADATUR - OTP  
 Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

La inversión extranjera en el sector turismo en el período 1990-2010 ha mostrado una tasa de crecimiento media anual del 9,73%.

**GRAFICO N°16**  
**PERÚ: INVERSIÓN DIRECTA EXTRANJERA EN EL SECTOR TURISMO**



Fuente: Pro inversión, BADATUR -OTP  
 Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

## 2.5. EVOLUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO EN AREQUIPA

**CUADRO N°10**  
**AREQUIPA: VALOR AGREGADO BRUTO POR AÑOS,**  
**SEGÚN ACTIVIDADES ECONÓMICAS VALORES A PRECIOS CONSTANTES DE 2007**  
**(Miles de nuevos soles)**

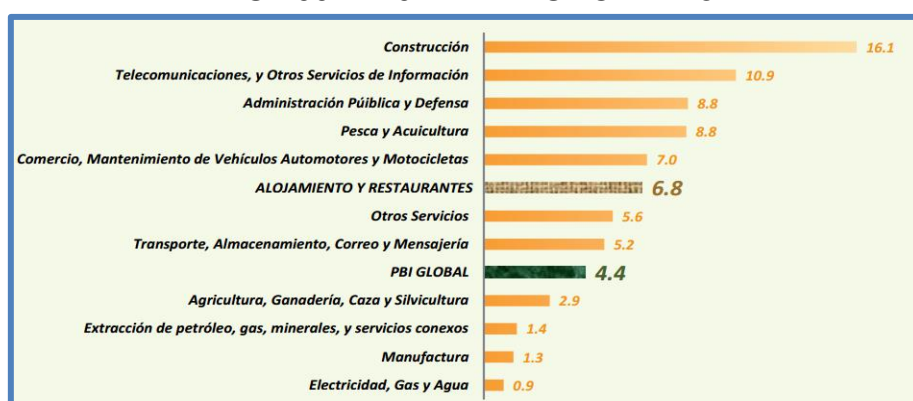
Actividades	2007	2008	2009	2010	2011	2012P/	2013P/	2014E/	2015E/
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	1,296,368	1,430,241	1,386,861	1,374,603	1,415,362	1,528,671	1,551,373	1,610,550	1,562,166
Pesca y Acuicultura	176,124	162,970	145,378	29,067	81,043	81,206	40,070	56,429	52,298
Extracción de Petróleo, Gas y Minerales	4,528,459	5,586,573	5,416,778	5,755,318	5,767,704	5,572,085	5,460,911	4,747,999	5,616,387
Manufactura	3,302,350	3,368,732	3,298,276	3,393,015	3,579,195	3,465,927	3,463,828	3,572,116	3,359,397
Electricidad, Gas y Agua	214,862	213,665	201,865	219,990	246,560	267,218	278,221	225,477	232,920
Construcción	805,138	888,503	1,085,785	1,266,019	1,310,584	1,765,064	2,049,559	2,235,997	1,981,870
Comercio	1,720,214	1,905,124	1,871,530	2,074,944	2,217,416	2,467,068	2,580,310	2,763,487	2,848,470
Transporte, Almacén., Correo y Mensajería	909,346	959,665	930,825	1,062,680	1,164,766	1,195,565	1,253,897	1,287,471	1,333,199
Alojamiento y Restaurantes	342,174	377,466	383,655	411,648	454,026	499,722	526,253	552,084	562,941
Telecom. y otros Serv. de Información	377,856	444,601	492,917	541,445	594,808	685,598	751,588	807,356	881,771
Administración Pública y Defensa	436,696	457,551	561,776	633,644	650,054	714,386	761,027	798,463	821,444
Otros servicios	2,882,244	3,090,716	3,256,833	3,396,360	3,557,295	3,791,032	3,971,998	4,194,604	4,402,850
<b>Valor Agregado Bruto</b>	<b>16,991,831</b>	<b>18,885,807</b>	<b>19,032,479</b>	<b>20,158,733</b>	<b>21,038,813</b>	<b>22,033,542</b>	<b>22,689,035</b>	<b>22,852,033</b>	<b>23,655,713</b>

Fuente: INEI

El departamento de Arequipa, en el 2015, aportó el 5,4 por ciento del Valor Agregado Bruto (VAB) Nacional y con el 4,9 por ciento del Producto Bruto Interno (PBI). Cabe destacar que Arequipa se ubicó como el segundo departamento que más aportó tanto al VAB Nacional como al PBI, en ambos casos, después de Lima. Entre el 2008 y 2015, Arequipa registró un crecimiento promedio anual de 4,2 por ciento del VAB, inferior al registrado a nivel nacional (5,2 por ciento). Entre las actividades económicas que más se destacan en el departamento tenemos, en primer lugar a la actividad de minería (23,7 por ciento), seguida por otros servicios (18,6 por ciento), manufactura (14,2 por ciento) y comercio (12,0 por ciento), entre otros.

Según cifras al 2014 del Ministerio de la Producción, Arequipa registró 91 181 empresas formales, representando el 5,7 por ciento del total nacional. A nivel de su composición, en su mayoría fueron compuestas por micro y pequeñas empresas (MYPE) con una participación del 95,8 por ciento y 3,7 por ciento respectivamente, seguido de la grande empresa con el 0,3 por ciento y mediana empresa con el 0,1 por ciento. Por otro lado, el total de la Población Económicamente Activa (PEA) al 2015 en el departamento fue de 693 128 (4,2 por ciento del total nacional), de los cuales el 96,1 por ciento representó la población económicamente activa ocupada y el 3,9 por ciento a la población económica activa desempleada.

**GRAFICO N°17**  
**TASA DE CRECIMIENTO\* PROMEDIO ANUAL DE LOS SECTORES**  
**ECONÓMICOS DEL PBI AREQUIPEÑO.**  
**AÑO 2007 - 2014. EN PORCENTAJE**



Fuente: Instituto de estadística e informática – INEI

Elaboración: CCIA – Dpto. de Estudios Económico.

**CUADRO N°11**  
**AREQUIPA: TURISMO INTERNO 1992-2015**

Año	Turismo interno histórico
1992	228.525
1993	264.718
1994	263.142
1995	282.087
1996	244.473
1997	234.197
1998	225.182
1999	194.901
2000	264.628
2001	250.579
2002	271.427
2003	245.919
2004	245.635
2005	245.351
2006	245.067
2007	244.783
2008	244.498
2009	244.214
2010	243.930
2011	243.646
2012	243.362
2013	242.794
2014	242.510
2015	242.510

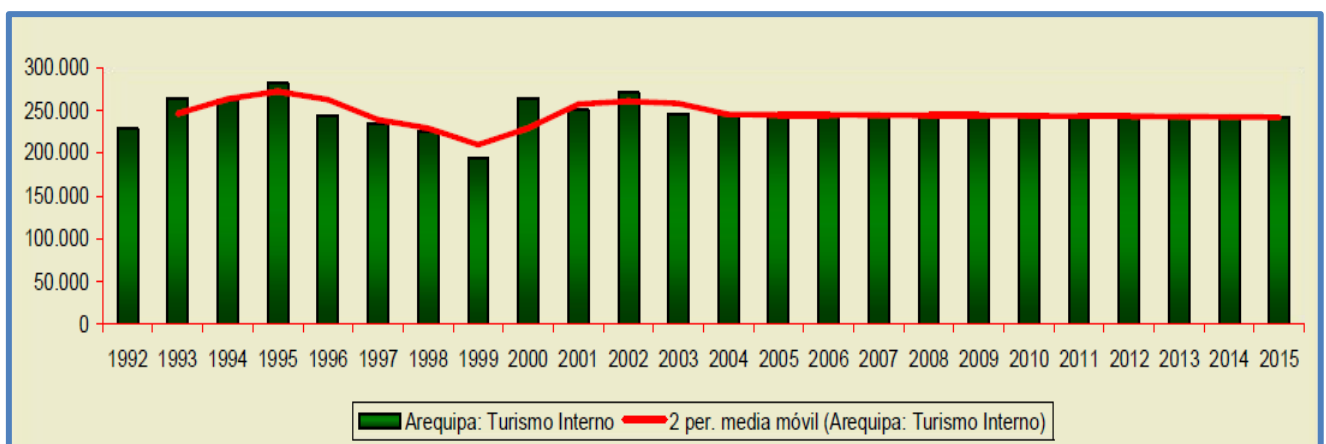
Tasa de crecimiento anual: 0,26%

Fuente: BADATUR - OTP

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

La tasa media anual de crecimiento del turismo interno histórico de Arequipa fue del 0,26%.

**GRAFICO N°18**  
**AREQUIPA: TURISMO INTERNO 1992-2015**



Fuente: BADATRUR – OTP

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú



**CUADRO N°12**  
**AREQUIPA: TURISMO RECEPTOR 1992-2015**

Año	Turismo receptor histórico
1992	13.017
1993	13.052
1994	34.977
1995	46.522
1996	57.522
1997	59.191
1998	59.615
1999	76.347
2000	81.194
2001	81.328
2002	74.833
2003	97.013
2004	104.128
2005	111.242
2006	118.356
2007	125.471
2008	132.585
2009	128.249
2010	139.699
2011	146.814
2012	153.928
2013	161.042
2014	168.157
2015	175.271

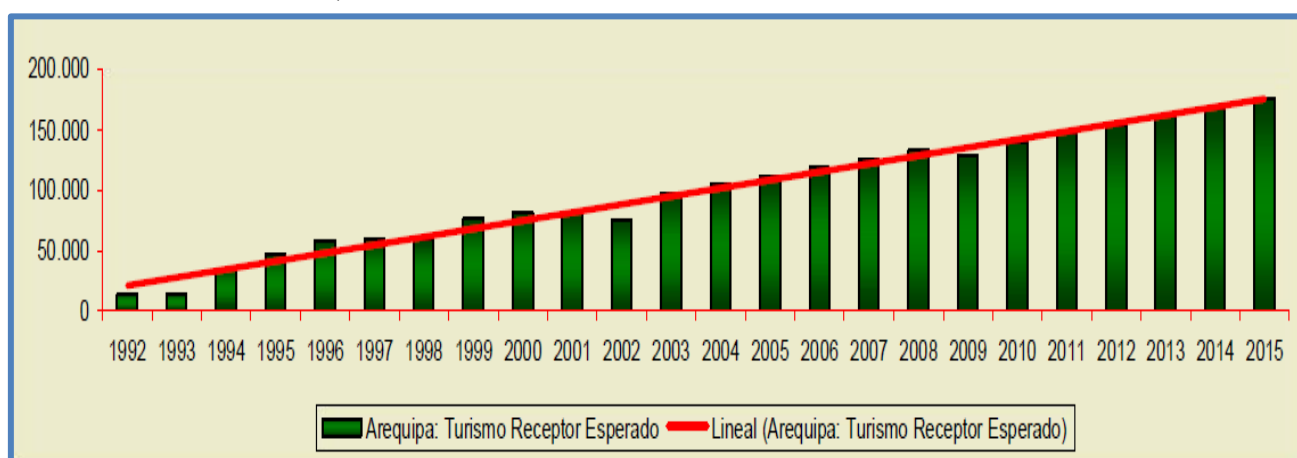
Tasa de crecimiento anual: 11,97%

Fuente: BADATUR - OTP

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

La tasa de crecimiento media anual del turismo receptor de Arequipa para el período 1992 – 2015 fue del 11,97%.

**GRAFICO N° 19**  
**AREQUIPA: TURISMO RECEPTOR 1992-2015**



Fuente: BADATRUR – OTP

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

**CUADRO N°13**  
**AREQUIPA: TURISMO RECEPTOR ESPERADO 2016-2019**

Año	Turismo receptor esperado
2016	182.385
2017	189.500
2018	196.614
2019	203.728

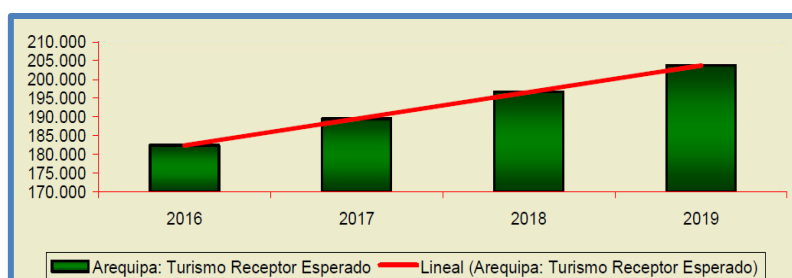
Tasa de crecimiento anual: 3,76%

Fuente: BADATUR - OTP

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

La tasa de crecimiento media anual del turismo proyectado de Arequipa se espera que sea del 3,76% para el período 2016 – 2019.

**GRAFICO N°20**  
**AREQUIPA: TURISMO RECEPTOR ESPERADO 2016-2019**



Fuente: BADATRUR – OTP

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

## 2.6. EVOLUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO EN SIBAYO

**CUADRO N°14**  
**PRINCIPALES INDICADORES DE POBREZA MONETARIA Y NO MONETARIA**  
**CAYLLOMA 2007**

<b>10.13 PROVINCIA CAYLLOMA: PRINCIPALES INDICADORES DE POBREZA MONETARIA Y NO MONETARIA, 2007</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Número</b>	<b>%</b>
<b>UBICACIÓN</b>		
Código de distrito	0405	
Provincia	CAYLLOMA	
Departamento	AREQUIPA	
<b>POBLACIÓN</b>		
Población Censada	73 718	-
Total de hogares en viviendas particulares con ocupantes presentes	21 742	-
<b>POBREZA MONETARIA - LP</b>		
Incidencia de Pobreza Total	27 003	36,6
Incidencia de Pobreza Extrema	6 165	8,6
<b>Gasto per cápita</b>		
Gasto per cápita en nuevos soles	296,3	-
Gasto per cápita a precios de Lima Metropolitana	413,9	-
<b>POBREZA NO MONETARIA - NBI</b>		
<b>Población por número de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)</b>		
Con al menos una NBI	45 660	63,4
Con 2 o más NBI	19 540	27,1
<b>Población por tipo de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)</b>		
Viviendas con características físicas inadecuadas	32 367	44,9
Viviendas con hacinamiento	18 527	25,7
Viviendas sin desagüe de ningún tipo	13 222	18,3
Hogares con niños que no asisten a la escuela	2166	5,9
Hogares con alta dependencia económica	3 463	4,8
<b>Hogares por número de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)</b>		
Con al menos una NBI	13 467	61,9
Con 2 o más NBI	5 380	24,7
<b>Hogares por tipo de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)</b>		
Viviendas con características físicas inadecuadas	10 105	46,5
Viviendas con hacinamiento	3 670	16,9
Viviendas sin desagüe de ningún tipo	4 870	22,4
Hogares con niños que no asisten a la escuela	432	5,7
Hogares con alta dependencia económica	609	2,8

Fuente: INEI. Censo de Población y Vivienda 2007. ENAHO y ENAPRES.

**CUADRO N° 15**  
**PRINCIPALES INDICADORES DE DESNUTRICION, 2007. CAYLLOMA**

<b>10.21 PROVINCIA CAYLLOMA: PRINCIPALES INDICADORES DE DESNUTRICIÓN, 2007</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Número</b>	<b>%</b>
<b>UBICACION</b>		
Código de Provincia	0405	
Provincia	CAYLLOMA	
Departamento	AREQUIPA	
<b>POBLACION</b>		
Población Censada	73 718	6,4
Población Rural	24 656	33,4
Mujeres en Edad Fértil (de 15 a 49 años de edad)	18 835	52,6
Niños menores de 5 años de edad	7 748	10,5
<b>PATRON DE REFERENCIA</b>		
NCHS: Centro Nacional de Estadísticas de la Salud	1 386	17,9
OMS: Organización Mundial de la Salud	2 009	25,9
<b>EDUCACION</b>		
Años promedio de estudios de las mujeres jefas de hogar o cónyuge	6,7	-
Años promedio de estudios de las mujeres de 15 a 49 años de edad	9,3	-
Mujeres de 15 a 19 años de edad que no saben leer ni escribir	20	0,6
Mujeres de 15 a 49 años de edad que no saben leer ni escribir	958	5,2
Mujeres de 15 a 49 años de edad, en el área rural, que no saben leer ni escribir	389	7
<b>SALUD</b>		
Niños menores de 5 años de edad sin ningún Seguro de Salud	2764	35,7
Tasa de Mortalidad Infantil (Por mil)	-	23,4
Edad Promedio de la Madre al nacimiento del primer hijo (años)	20,8	-
<b>IDENTIDAD</b>		
Niños menores de 5 años de edad sin partida de nacimiento	361	4,8
<b>VIVIENDA</b>		
Viviendas Sin Abastecimiento de Agua	12 036	58,2
Viviendas Sin Desagüe	9 522	46,1
<b>INDICADORES DE POBREZA E INGRESO</b>		
Incidencia de Pobreza Total	26 953	36,6
Incidencia de Pobreza Extrema	6 340	8,6
Ingreso Promedio Percápita Mensual (nuevos soles)	322	-

Fuente: INEI. Censo de Población y Vivienda 2007. ENAHO y ENAPRES.

## CUADRO N° 16

### TASA DE CRECIMIENTO DISTRITAL CAYLLOMA

4.13 AREQUIPA : POBLACIÓN CENSADA Y TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL, SEGÚN PROVINCIAS Y DISTRITOS, 1981, 1993 y 2007							
Provincia y Distrito	Población Censada			Población Proyectada		Tasa de Crecimiento	
	1981	1993	2007	2008	2009	81-93	93-07
<b>Caylloma</b>	<b>39 431</b>	<b>45 236</b>	<b>73 718</b>	<b>76 253</b>	<b>78 870</b>	<b>0,7</b>	<b>3,5</b>
Chivay	4 000	4 032	6 532	6 622	6 699	0,4	3,4
Achoma	1 713	1 442	1 139	1 098	1 056	0,4	-1,6
Cabanaconde	3 421	3 196	2 842	2 763	2 680	0,3	-0,8
Callalli	2 845	3 152	2 511	2 422	2 331	0,2	-1,6
Caylloma	5 280	5 191	4 041	3 893	3 740	0,2	-1,7
Coporaque	1 163	1 232	1 393	1 377	1 358	0,4	0,9
Huambo	1 369	1 488	895	847	798	0,3	-3,5
Huanca	2 520	2 374	1 841	1 773	1 703	0,3	-1,8
Ichupampa	886	807	757	739	719	0,4	-0,4
Lari	1 179	1 255	1 373	1 355	1 332	0,2	0,6
Lluta	101	523	1 417	1 489	1 561	1,9	7,2
Maca	1 247	1 182	916	882	847	0,5	-1,8
Madrigal	3 808	1 122	705	669	634	0,5	-3,2
S. Antonio de Chuca	1 324	1 029	1 415	1 418	1 419	0,3	2,3
Sibayo	729	919	801	777	753	0,7	-1,0
Tapay	997	820	671	649	625	0,7	-1,4
Tisco	1 826	2 287	1 817	1 753	1 686	0,7	-1,6
Tuti	790	993	888	864	838	0,9	-0,8
Yanque	2 313	2 254	2 319	2 278	2 231	0,4	0,2
Majes	1 920	9 938	39 445	42 585	45 860	1,3	10,1

Fuente: INEI. Censo de Población y Vivienda 2007. ENAHO y ENAPRES.

## CUADRO N°17

### HOGARES CON NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS

10.3 AREQUIPA: HOGARES CON NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS, SEGÚN PROVINCIA Y DISTRITOS, 2005								
Provincia Distrito	NB11		NB12		NB13		NB14	
	No tiene	Tiene	No tiene	Tiene	No tiene	Tiene	No tiene	Tiene
<b>Caylloma</b>	<b>12116</b>	<b>6890</b>	<b>15394</b>	<b>3612</b>	<b>14139</b>	<b>4867</b>	<b>7516</b>	<b>160</b>
Chivay	1592	57	1372	277	1319	330	735	9
Achoma	366	25	347	44	271	120	162	1
Cabanaconde	818	69	725	162	547	340	301	4
Callalli	366	383	650	99	378	371	253	8
Caylloma	612	352	822	142	551	413	460	28
Coporaque	263	28	258	33	133	158	111	1
Huambo	263	43	251	55	163	143	93	2
Huanca	244	297	427	114	340	201	181	11
Ichupampa	214	25	216	23	141	98	93	1
Lari	326	115	412	29	267	174	141	4
Lluta	224	309	416	117	173	360	171	2
Maca	317	46	318	45	145	218	132	1
Madrigal	257	11	232	36	194	74	87	6
Sn. Antonio de Chuca	169	124	246	47	148	145	93	4
Sibayo	171	102	243	30	134	139	128	6
Tapay	156	104	204	56	97	163	79	6
Tisco	93	409	332	170	173	329	231	15
Tuti	214	64	251	27	196	82	117	-
Yanque	582	83	584	81	403	262	258	2
Majes	4869	4244	7088	2025	8366	747	3690	49

Fuente: INEI. Censo de Población y Vivienda 2007. ENAHO y ENAPRES.

## CUADRO N°18

### POBLACION ELECTORAL POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN, 2007.

11.8 AREQUIPA: POBLACIÓN ELECTORAL POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN, SEGÚN PROVINCIAS Y DISTRITOS, 2007											
Provincia / Distrito	Total	Iltrado	Primaria Completa	Primaria Incompleta	Secundaria Completa	Secundaria Incompleta	Técnica Completa	Técnica Incompleta	Superior Completa	Superior Incompleta	Educación Especial
Cabanaconde	1 481	117	477	54	626	153	2	3	48	1	-
Callalli	1 416	188	549	110	372	131	4	5	44	13	-
Caylloma	2 525	610	824	297	468	304	3	1	12	6	-
Coporaque	685	107	268	36	197	61	1	1	9	5	-
Huambo	564	43	188	83	161	75	1	1	10	1	1
Huanca	1 143	124	390	134	297	138	3	6	36	15	-
Ichupampa	520	78	170	42	178	38	2	2	5	5	-
Lari	740	120	248	42	229	86	-	1	9	5	-
Lluta	1 459	142	367	200	426	236	5	3	70	10	-
Maca	653	64	241	25	256	55	-	3	6	3	-
Madrigal	552	87	191	38	169	49	1	-	15	2	-
San Antonio de Chuca	736	93	320	98	108	97	3	-	11	6	-
Sibayo	623	73	243	47	170	68	-	-	15	7	-
Tapay	413	73	134	61	91	46	1	1	5	1	-
Tisco	1 118	182	426	153	211	132	4	1	4	3	2
Tuti	634	104	195	50	182	88	1	5	7	2	-
Yanque	1 577	214	501	210	418	178	1	8	37	10	-
Majes	21 096	1 034	4 423	1 477	9 051	2 548	264	206	1 498	594	1

Fuente: INEI. Censo de Población y Vivienda 2007. ENAHO y ENAPRES.

## CUADRO N°19

### POBLACION POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO, 2007.

11.12 AREQUIPA: POBLACIÓN ELECTORAL POR SEXO Y GRANDES GRUPOS DE EDAD, SEGÚN PROVINCIA Y DISTRITO, 2007															
Departamento, Provincia Distrito	Total	Hombres						Total	Mujeres						Total
		Menos de 20 años <sup>1/</sup>	De 20 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 49 años	De 50 a 64 años	De 65 a más años		Menos de 20 años <sup>1/</sup>	De 20 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 49 años	De 50 a 64 años	De 65 a más años	
Machaguay	20	8	21	48	88	63	69	297	1	21	40	81	46	51	240
Orcopampa	169	81	215	338	506	274	70	1 483	59	191	416	422	226	66	1 379
Pampacolca	75	27	85	199	290	180	123	904	17	80	192	272	164	130	854
Tipán	13	7	8	36	62	42	43	199	2	13	35	39	43	38	169
Uñón	5	2	12	14	36	24	15	103	2	8	17	29	15	19	90
Uruca	292	90	345	602	772	394	209	2 412	106	306	594	683	321	192	2 202
Viraco	43	17	42	140	181	129	109	617	11	44	94	164	115	93	522
<b>Caylloma</b>	<b>2 581</b>	<b>812</b>	<b>2 362</b>	<b>5 074</b>	<b>5 652</b>	<b>3 260</b>	<b>1 477</b>	<b>22 065</b>	<b>939</b>	<b>2 808</b>	<b>5 797</b>	<b>6 198</b>	<b>3 223</b>	<b>1 417</b>	<b>20 382</b>
Achoma	30	11	51	107	145	78	46	438	11	32	95	149	64	47	399
Cabanaconde	71	25	66	173	238	160	120	782	22	75	158	237	121	84	698
Callalli	81	31	66	163	232	138	79	708	26	84	164	234	127	75	709
Caylloma	215	45	207	343	394	212	95	1 296	58	218	312	355	194	92	1 229
Chivay	328	112	318	509	500	262	132	1 833	130	352	481	483	255	141	1 842
Coporaque	27	19	47	73	92	68	48	348	22	32	76	101	69	36	337
Huambo	13	13	26	58	76	74	66	313	4	15	40	84	62	46	251
Huanca	29	14	30	135	185	137	106	607	9	38	85	172	139	92	536
Ichupampa	37	13	34	76	79	57	29	288	13	38	50	64	49	18	233
Lari	42	13	50	98	132	65	39	398	10	45	83	104	64	36	342
Lluta	29	12	40	287	258	182	96	874	12	31	179	171	123	69	585
Maca	39	7	37	77	103	76	51	352	5	40	63	93	67	33	301
Madrigal	25	13	30	53	85	82	48	310	6	26	35	81	58	34	241
Majes	1 327	538	1 480	3 187	3 368	1 743	527	10 842	514	1 471	3 347	3 208	1 353	361	10 255
San Antonio de Chuca	43	9	37	91	119	77	33	366	15	46	90	101	70	46	369
Sibayo	40	13	34	89	86	47	27	297	11	41	95	91	59	29	327
Tapay	19	8	19	49	88	59	22	246	7	21	34	53	32	20	167
Tisco	64	18	68	151	181	121	59	598	17	65	137	160	96	44	520
Tuti	43	13	41	86	94	59	29	321	15	46	92	78	64	20	314
Yanque	79	36	114	209	237	158	94	848	31	83	185	184	155	89	727

Fuente: INEI. Censo de Población y Vivienda 2007. ENAHO y ENAPRES.

## CUADRO N°20 ESTRUCTURA PROVINCIAL DE LA POBLACION

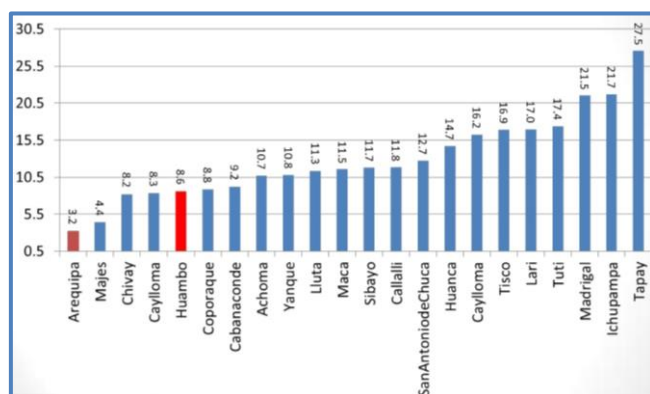
DISTRITO	2000	2005	2010	2015
MACA	1.161	1.017	857	723
MADRIGAL	994	808	634	498
SAN ANTONIO DE CHUCA	1.335	1.430	1.487	1.547
SIBAYO	954	870	766	675
TAPAY	827	738	635	545
TISCO	2.278	2.010	1.708	1.450
TUTI	1.045	963	854	758
YANQUE	2.543	2.459	2.294	2.137
MAJES	21.999	34.252	47.897	62.661
CAYLLOMA	60.887	70.967	81.755	94.220

Fuente: INEI, Proyecciones de la Población 2000 - 2015

Elaboración: Plan de desarrollo Regional Concertad Arequipa 2012-2021.

Problemática de la provincia de Caylloma

## GRAFICO N°21 IDH EN CAYLLOMA: POR DISTRITO

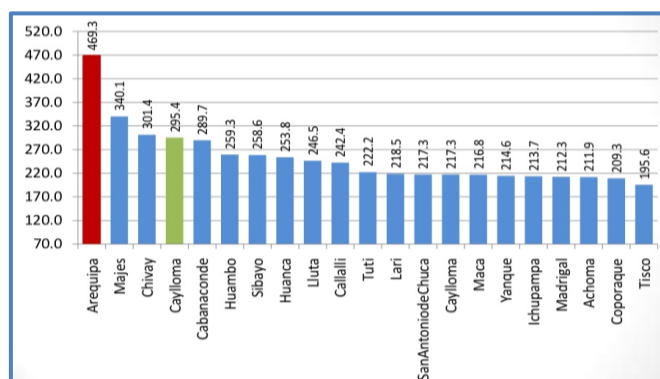


Fuente: PNUD, Informe de Desarrollo Humano 2009

Elaboración: Plan de desarrollo Regional Concertad Arequipa 2012-2021.

Problemática de la provincia de Caylloma.

## GRAFICO N° 22 INGRESOS MENSUALES POR DISTRITO

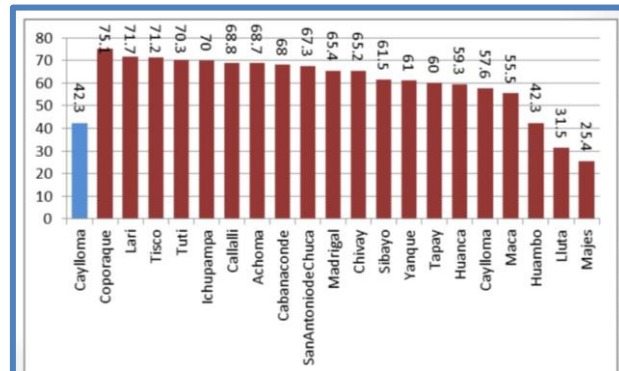


Fuente: PNUD, Informe de Desarrollo Humano 2009.

Elaboración: Plan de desarrollo Regional Concertad Arequipa 2012-2021. Problemática de la provincia de Caylloma.



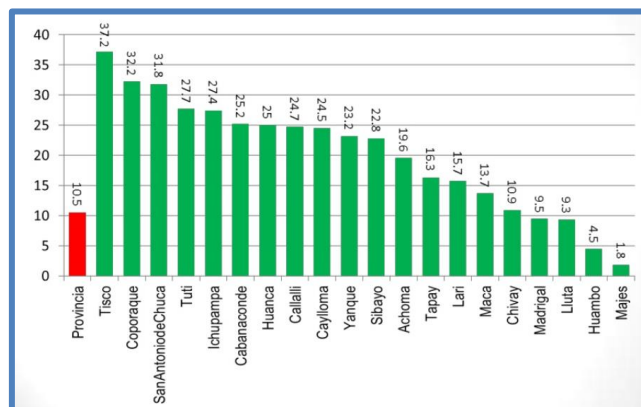
**GRAFICO N° 23**  
**INCIDENCIA DE POBREZA TOTAL**



Fuente: INEI, mapa de pobreza 2009.

Elaboración: Plan de desarrollo Regional Concertad Arequipa 2012-2021.  
Problemática de la provincia de Caylloma.

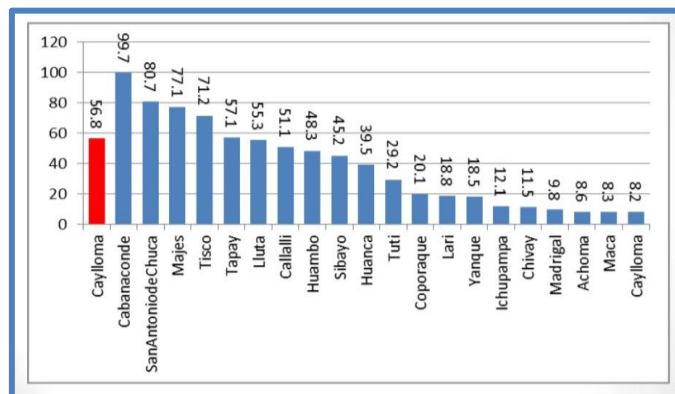
**GRAFICO N° 24**  
**INCIDENCIA DE POBREZA EXTREMA**



Fuente: INEI, mapa de pobreza 2009.

Elaboración: Plan de desarrollo Regional Concertad Arequipa 2012-2021.

**GRAFICO N° 25**  
**VIVIENDAS SIN AGUA POTABLE**

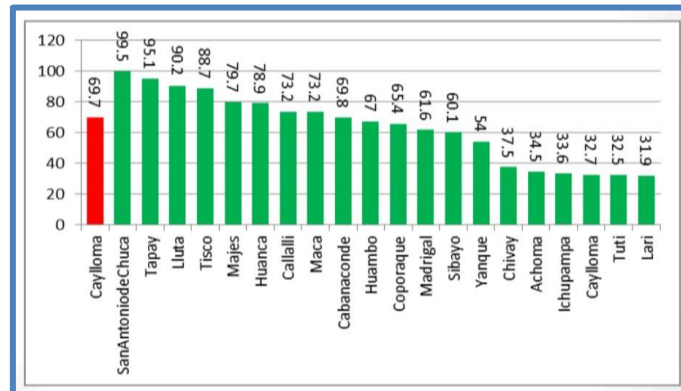


Fuente: INEI, mapa de pobreza 2009.

Elaboración: Plan de desarrollo Regional Concertad Arequipa 2012-2021.  
Problemática de la provincia de Caylloma.



**GRAFICO N° 26**  
**VIVIENDAS SIN DESAGUE**

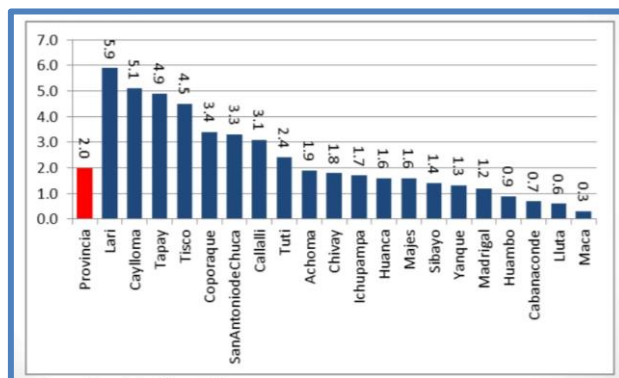


Fuente: INEI, mapa de pobreza 2009.

Elaboración: Plan de desarrollo Regional Concertad Arequipa 2012-2021.

Problemática de la provincia de Caylloma.

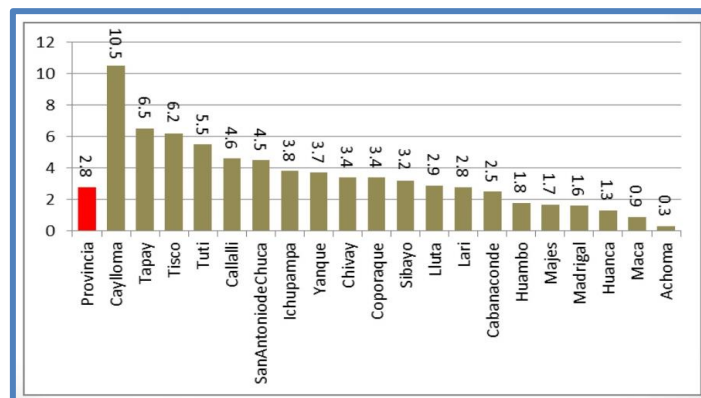
**GRAFICO N°27**  
**HOGARES CON NIÑOS QUE NO ASISTEN A LA ESCUELA**



Fuente: INEI, mapa de pobreza 2009.

Elaboración: Plan de desarrollo Regional Concertad Arequipa 2012-2021.

**GRAFICO N° 28**  
**HOGARES CON ALTA DEPENDENCIA ECONOMICA**



Fuente: INEI, mapa de pobreza 2009.

Elaboración: Plan de desarrollo Regional Concertad Arequipa 2012-2021.

Problemática de la provincia de Caylloma.

## 2.7. TURISMO RURAL

### 2.7.1. Antecedentes

El turismo rural, según ACERENZA, es una actividad que se viene realizando en espacios rurales, a raíz de querer salir de la vida cotidiana en búsqueda de descanso, recreación y tener contacto con actividades del medio rural, la mencionada actividad tiene sus principios en la ciudad de Inglaterra aproximadamente en la década del 50.

Para entender los antecedentes de esta actividad turística rural es necesario hacer un análisis de sus antecedentes indicándonos que este tipo de turismo tiene sus orígenes en Inglaterra alrededor de los años cincuenta, como consecuencia del deseo de la población urbana por escapar de la monotonía y la tensión de la vida cotidiana en las grandes ciudades en busca de descanso y recreación, el disfrute de los paisajes y del aire puro del campo, y de familiarizarse con las actividades y costumbres del medio rural.

En un principio, esta orientación de la población urbana hacia el campo se denominó “turismo verde”, y los turistas se hospedaban en casas de familias que ofrecían alojamiento y desayuno, dando origen así a la modalidad de hospedaje Bed and breakfasts ampliamente conocida a nivel mundial. Más tarde, surge el alojamiento directamente en las granjas con la posibilidad de que los visitantes puedan participar en las actividades propias de estos establecimientos rurales.

ACERENZA detalla en Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo:

*En 1972, la Asociación TER (Turismo en Espacio Rural) de Francia, integrada por 6 instituciones vinculadas con el medio rural, propone a todos los organismos y especialistas interesados en el desarrollo de este tipo de turismo un manifiesto, en el cual expone lo que estimaba debiera inspirar toda acción en materia de turismo en espacio rural a nivel local, departamental, regional y nacional.*

En este manifiesto la Asociación TER consideraba que se debía tener una mayor conciencia de la necesidad de proteger el medio rural, y una sensibilización más profunda a favor de la conservación, y establecía que el turismo en espacio rural debe aportar al mundo real, posibilidades reales de promoción humana, acelerando un complemento económico que permita asumir plenamente su vocación fundamental de agricultor o artesano. Al ciudadano, el medio para ejercer efectivamente su derecho al espacio o “vuelta a sus orígenes”; y a cada uno de ellos, una mayor conciencia de los valores biológicos, psíquicos y espirituales de la naturaleza.

El turismo en áreas rurales apertura un abanico de opciones a las comunidades receptoras; lo que le dan ciertos principios y lineamientos de ejecución mínimos los cuales enumera ACERENZA en el documento Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo.

*(...) El turismo en espacio rural debe aportar.-*

- ✓ *Al mundo rural, posibilidades reales de promoción humana, asegurando un complemento económico que permita asumir plenamente su vocación fundamental de agricultor o artesano.*
- ✓ *Al ciudadano, el medio para ejercer efectivamente su derecho al espacio, o vuelta a sus orígenes*
- ✓ *A cada uno de ellos, una mayor conciencia de los valores biológicos, psíquicos y espirituales de la naturaleza, en la que el ser humano es un elemento indisociable.*

La complejidad para la conceptualización del turismo rural se da, según MARTÍNEZ, en su libro “Alojamiento Turístico Rural – Gestión y Comercialización”, en delimitar lo rural o espacio rural. Algunas definiciones enlazan lo rural a criterios de poblaciones pequeñas y alejadas de las

metrópolis o urbes desarrolladas y otros relacionan lo rural simplemente a espacios agrícolas; sin embargo MARTÍNEZ, simplifica el termino rural en;

*(...) Aspectos socioculturales, económicos, demográficos y físicos, entendiéndose por lo rural los lugares apartados de los núcleos urbanos y centros industriales, caracterizados por la escasa densidad demográfica, por conservar los entornos naturales, y que al mismo tiempo mantienen vivas sus tradiciones sociales y culturales”.*

El turismo se configura como una de las principales industrias económicas a nivel internacional, siendo unos de los sectores más estudiados en ciencias sociales por numerosos autores e investigadores.

Así, desde hace años se viene trabajando en los destinos en el desarrollo de nuevas formas de turismo alternativas al turismo de masas. Son formas que tienen por finalidad, por un lado, respetar y conservar la naturaleza, y, por otro lado, mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales. Es decir, se configuran como un turismo sostenible en el destino donde se desarrolla. Así, entre estas nuevas formas de turismo alternativas encontramos el turismo comunitario (Ruiz et al., 2008), el ecoturismo (Baralet al., 2008), el turismo gastronómico (Maket al., 2012), etc.

En este trabajo nos centramos en el turismo Rural, turismo a través del cual la población local busca mejorar su situación socioeconómica y conservar los recursos naturales de su territorio, a través del contacto establecido entre la comunidad local y el turista (López-Guzmán y Sánchez Cañizares, 2009a).

Además, el turista también interactúa con las organizaciones que prestan el servicio turístico, con el entorno donde se desarrolla la actividad turística y con el contexto en el que se desarrolla el propio servicio (Castellanos Verdugo y Orgaz Agüera, 2013), y por lo tanto, puede propiciar que aparezca algún tipo de impacto cultural entre la propia comunidad local y el visitante, o, también, medioambiental en el destino, sino se tienen en cuenta aspectos como la capacidad de carga (Nae-Wen y Pei-Hun, 2009).

El turismo rural es una actividad difícil de definir, puesto que adopta distintas formas, según el lugar y el momento en el que se desarrolle. Existen numerosos intentos de definir el turismo rural, y todos ellos coinciden en otorgar al entorno natural y cultural un papel preponderante. En muchas ocasiones, las definiciones de las diferentes clases de turismo alternativo –turismo verde, turismo responsable, turismo comunitario, agroturismo o ecoturismo– se emplean indistintamente. Sin embargo, es necesario puntualizar que la variada tipología de ocio tiene connotaciones desiguales según la oferta, la demanda, o el medio donde se realice.

Este abanico de posibilidades, ha generado que se formulen varias definiciones del término turismo rural, enunciadas desde muy distintos puntos de vista y condicionadas por las disciplinas académicas o por las orientaciones profesionales.

Al respecto, Rafael Fuentes (1995, p.25), en un intento de unir en su definición la descripción espacial, las características de la oferta y las motivaciones de la demanda, define el turismo rural como “aquella actividad turística realizada en espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación principal es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local”. (Fuentes, R., 1996).

Para Valdés, “el turismo rural es la actividad turística que se desarrolla en el medio rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos turísticos asociados al descanso, paisaje, cultura tradicional y huida de la masificación” (Valdés, L., 1996, p.365) Al respecto Casal, F. M. (2007) señalo, que el turismo se ha convertido en uno de los pocos sectores que ofrece alguna perspectiva de desarrollo económico al mundo rural. A ello ha contribuido diferentes factores: los cambios de comportamiento social que llevan a la generalización de los viajes, la mayor disponibilidad de tiempo de ocio, la valoración de los modos de vida tradicionales, la cada vez mayor conciencia ecológica, etc.

De todos modos, para hacer una correcta aproximación a la realidad de esta modalidad turística es necesario delimitar el concepto “turismo rural”. Algunas

definiciones asocian lo rural al espacio agrícola, mientras que otras se basan en criterios poblacionales, considerando rurales aquellos municipios con menos de 2.000 habitantes. También se ha considerado rural todo el espacio que se encuentra más allá de lo urbano, o aquel en el que se da una estructura productiva basada principalmente en el sector agropecuario. Sin embargo, el término rural, desde el prisma de la sociedad actual, aglutina aspectos socioculturales, económicos, demográficos y físicos, entendiéndose por rural los lugares apartados de los núcleos urbanos y centros industriales, caracterizados por la escasa densidad demográfica, por conservar los entornos naturales, y que, al mismo tiempo, mantienen vivas sus tradiciones sociales y culturales.

Según la OMT, “el Turismo Rural Comunitario es el tipo de turismo que permite que la apropiación de los beneficios turísticos se quede en la comunidad, especialmente expresada en el mayor empleo y el mejoramiento de sus ingresos” (Organización Mundial del Turismo, 2003).

Este nuevo escenario está permitiendo la expansión de un modelo de turismo alejado de las actividades recreativas convencionales, apostando de forma decidida por el conocimiento y la experiencia compartida con comunidades locales, lo que se denomina turismo responsable, turismo solidario o turismo comunitario. Según numerosos autores (Ashley et al., 2001; Gascón, 2005; Maldonado, 2006; Cañada, 2010; Pastor et al., 2011; entre otros), este modelo turístico particularmente ocupa un interés creciente en nuestras sociedades.

Por todas estas diferencias puede ser útil separar los conceptos de turismo responsable, rural y natural; aunque las motivaciones, comportamientos, perfil de la demanda, canales de comercialización, respuestas de agentes implicados y la triple condición –responsable, rural y natural– son circunstancias que dificultan su diferenciación en los países menos desarrollados. Además, se le debe sumar el concepto “comunitario” cuando se desarrolla en convivencia con determinadas comunidades nativas, con rasgos y cultura propia. Día a día surgen nuevos modelos de desarrollo turístico que hacen aún más difícil establecer unos criterios que distingan los distintos patrones de desarrollo de la actividad.

La generalización de este modelo turístico es un fenómeno relativamente reciente, impulsado por los sectores más jóvenes de la sociedad, y que se ha visto acelerado principalmente desde los comienzos de este siglo. Las causas de este auge son muy diversas, aunque entre ellas cabe destacar, el incremento de la información y sensibilización por parte de ONGs y medios de comunicación, el apoyo de los organismos públicos como forma de paliar la pobreza, y los cambios en los valores de la sociedad.

La bondad del turismo rural recae en que es una actividad de bajo impacto, tanto ambiental como sociocultural, que facilita vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad, ayuda a recuperar el equilibrio físico y psicológico del turista, hace accesible la comprensión de la realidad de las comunidades anfitrionas, mediante la convivencia auténtica y espontánea con sus pobladores, y genera ingresos económicos que llega de manera más íntegra a los prestadores de servicios de la localidad y a sus anfitriones. Entre otros beneficios se encuentra la recuperación y el mantenimiento de las manifestaciones arquitectónicas y culturales de la región visitada, así como la protección de los entornos naturales.

La demanda turística de espacios rurales es importante e interesante para la creación y el desarrollo de nuevos servicios, así como para la apertura de mercados, aunque si bien es cierto resulta compleja por lo espontánea y heterogénea de su conformación.

Otra característica de esta demanda es que por lo general proviene de las grandes ciudades, cuyas motivaciones son entre otras la de volver al terruño para un reencuentro con las raíces, la familia y los amigos, además de pasar las vacaciones. Por otro lado, hay un número significativo de personas que se encuentran saturadas del bullicio urbano, de los problemas laborales, están cansados de las actividades urbanas y lo único que desean es buscar nuevas experiencias en las zonas rurales.

Un atractivo adicional por viajar a estos espacios es la tranquilidad, a la que se le suma la belleza de los parajes a un precio razonablemente económico. Son lugares en donde se respira “aire puro”, olvidándose de las tensiones que

imponen las ciudades. Esta peculiaridad del turismo rural permite vislumbrar un mercado atractivo que atender.

El turismo rural presenta una serie de posibilidades para el desarrollo regional, así como de bienestar, tanto para la comunidad receptora como para el visitante ocasional o el frecuente. Permite al habitante de las grandes ciudades tener acceso a una forma de vida y esparcimiento diferente que compensan las frustraciones y presiones de la vida urbana, además de intercambio de experiencias entre ambas formas de vida, reintegra al turista al ámbito de la naturaleza y a un ocio no consumista.

Sin embargo, no todas las consecuencias del turismo son positivas. En muchas ocasiones, la actividad turística provoca una transformación negativa en el territorio. El carácter difuso y no extractivo puede llevar a ignorar estos impactos, y no sólo por motivos de saturación y contaminación, significativamente influidos por sus componentes territoriales y ambientales, sino por la descoordinación entre el nuevo uso del territorio y su vocación, tolerancia y ruptura de los paisajes culturales ancestrales. El turismo no sólo consume suelo sino también sociedades.

En nuestro país, el turismo rural es considerado según MINCETUR como Turismo Rural Comunitario el cual:

“Comprende toda actividad turística, recreativa y complementaria, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible con la participación de las comunidades campesinas y/o nativas. Ante este proceso se encuentra intrínseco el desarrollo de capacidades en la comunidad para el manejo y gestión de los servicios turísticos rurales acordes a las características del producto y las necesidades del mercado”

Además alienta a la comunidad a asumir un compromiso de respeto, valoración y conservación del patrimonio e incentiva a los mismos a darlo a conocer y promoverlo al mundo.



## **2.8. TURISMO RURAL COMUNITARIO**

### **2.8.1. Antecedentes**

La investigación relacionada con el turismo comunitario ha sido objeto de estudio por numerosos académicos e investigadores, identificando Casas Jurado et al. (2012) proyectos sobre turismo comunitario en diversos países y/o destinos: Bolivia (Palomo Pérez, 1998), baja California (Bringas Rábago e Israel, 2004), Ecuador (Ruiz et al., 2008), El Salvador (López Guzmán y Sánchez Cañizares, 2009a), Nicaragua (López Guzmán y Sánchez Cañizares, 2009b) y Costa Rica (Trejos y Matarrita-Cascante, 2010).

En cuanto al origen del turismo comunitario, es en la obra de Murphy (1985) cuando aparece por primera vez el término de turismo comunitario. A partir de entonces, muchos han sido los investigadores que han venido definiendo este concepto, denominado también con otros términos, como por ejemplo “community-based tourism” (Ruiz et al., 2008). En este sentido, para el Fondo Mundial Para la Naturaleza – World Wide FundforNature, en inglés – (WWF, 2001:4) el turismo comunitario hace referencia a “aquel tipo de turismo en el que la comunidad local tiene un control sustancial de, y participa en, su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad”. Por este motivo, Scheyvens (1999) sugiere que el término turismo comunitario se use únicamente para los casos donde los miembros de la población local tienen un alto control de las actividades y los beneficios, a diferencia de aquellos otros que son controlados principalmente por tour operadores externos o por el Gobierno (Trejos, 2009).

### 2.8.2. Definiciones

En este mismo sentido, una revisión de la literatura más profunda, refleja que el turismo comunitario ha sido objeto de estudio para numerosos académicos e investigadores en muchos otros países: Chile (Cruz Blasco, 2012), Galápagos (Ruiz Ballesteros y Cantero Martín, 2011), Perú (Zorn y Farthing, 2007), Kenya (Manyara y Jones, 2007), México (Juárez Sanchez y Ramírez Valverde, 2008), Japón (Hiwasaki, 2006), Brasil (GuerreiroMarcon, 2007), Australia (Dyeret al., 2003), Panamá (CioceSampaioet al., 2007), Belize (Timothy y White, 1999), Botswana (Mbaiwa, 2005), Hawái (Wyllie, 1998), China (Ying y Zhou, 2007), Italia (Iorio y Wall, 2012), Turquía (Alaeddinoglu y Can, 2011), Tailandia (Ishii, 2012), Rumania (Iorio y Corsale, 2013), Uganda (Lepp, 2007), Malasia (Harunet al., 2012), Namibia (Lapeyre, 2010), Dominica (Patterson et al., 2004), Tanzania (Nelson et al., 2010), Canadá (Stewart y Draper, 2009), Cabo Verde (López Guzmán et al., 2011), Camboya (Reimer y Walter, 2013), India (Chakravarty y Irazabal, 2011), Suráfrica (Giampiccoli y Kalis, 2012), Fiji (Farrelly, 2011) o Madagascar (Sommervilleet al., 2010).

Por tanto, esto muestra la importancia que ha adquirido esta forma de turismo en los destinos, y su posterior estudio por parte de la comunidad científica. Esto, además, evidencia el proceso de potenciación de las comunidades locales, que según Casas Jurado et al., (2012), se están desarrollando, en los últimos años, en países subdesarrollados mediante el turismo comunitario. Es decir, la cultura, el patrimonio y los recursos naturales locales están siendo usados por las comunidades locales para mejorar el desarrollo socioeconómico del destino.

Según diversos autores (Cañada, 2009; Gascón, 2009; Goodwin et al., 2009; Maldonado, 2006; Pastor, 2011), el turismo comunitario se entiende como un modelo de integración entre la cultura local de un territorio, en todos sus aspectos. Es decir, el turismo comunitario, además de manifestar una identidad cultural propia, desde el punto de vista operativo, tiene una realidad tan íntimamente ligada al territorio que en ningún caso puede desarrollarse de espaldas a él.

Para algunos autores, (Azevedo et al., 2004), durante muchos años, las comunidades rurales indígenas desarrollaron diversas estrategias adaptativas para alcanzar una estabilidad socio ambiental que les permitieran crecer y conservar su cultura, sin pensar que el turismo pudiera tener un espacio dentro de sus actividades.

Siguiendo a Lopez-Gúzman y Sánchez Cañizares (2009a:89), el turismo comunitario es una actividad que “se fundamenta en la creación de productos turísticos bajo el principio básico de la necesaria participación de la comunidad local”. En este sentido, para Casas Jurados et al., (2012:93), el turismo comunitario se refiere a aquel turismo que “está basado en la comunidad local” y “que pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza”. Según Cruz Blazco (2012:131), esta forma de turismo se presenta como una “oportunidad de puente entre la rentabilidad económica, la conservación del medio ambiente y el respeto sociocultural”.

En este aspecto, para Ruiz et al., (2008) el turismo comunitario no se asocia a un producto turístico específico, pero si se vincula con la actividad ecoturística, que se define, siguiendo a Jalani (2012), como aquel tipo de turismo que se desarrolla en áreas naturales y tiene como objetivo la conservación de las zonas naturales y el desarrollo de las comunidades locales. Aunque, según Ruiz et al., (2008), el turismo comunitario se desarrolla en otras formas de turismo, como por ejemplo en el turismo cultural, de aventura, etc.

En este sentido, según López-Guzmán y Sánchez Cañizares (2009a), el turismo comunitario está apadrinado por diversas instituciones internacionales, entre las que destacan la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2002) y el Fondo Mundial Para la Naturaleza (WWF, 2001). Siguiendo a Ruiz et al., (2008), este turismo también es apoyado por otros stakeholders locales. Aunque, esta forma de turismo ha sido objeto de crítica también por algunos autores (Ruiz et al., 2008) por razones neocolonialistas, por su excesiva centralización en lo medioambiental, por su dependencia de las ONGs (Manyara et al., 2006), y por las deficiencias existentes desde la perspectiva del desarrollo de la comunidad local (Blackstock, 2005).

Así, según Hiwaski (2006:677), este turismo tiene varios objetivos, destacando aquellos relacionados con la conservación de los recursos naturales, patrimoniales y culturales, el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, y la calidad recibida por la demanda turística.

Así, según López-Guzmán y Sánchez Cañizares (2009a), el turismo comunitario se compone por tres bloques: El primero lo formarían los stakeholders encargados de la planificación turística (empresas, guías, gobierno local, oficinas de turismo, etc.); el segundo bloque lo conformarían las empresas de servicios directas (hoteles, restaurantes, etc.); y, por último, el tercer grupo estaría formado por otras empresas que apoyan el turismo en el destino (medios de transporte, tiendas de souvenir, turismo activo, etc.). Desde un punto de vista economicista, el Turismo Rural Comunitario puede dinamizar ciertos territorios, reactivando economías locales más allá de quiénes están implicados directamente en los servicios de alojamiento; así, genera una importante demanda vinculada a la producción y venta de alimentos y bebidas, guiado de rutas, alquiler de servicios de transporte o, elaboración y comercio de artesanías, entre otras.

Por otro lado, la puesta en marcha de este turismo también puede generar beneficios y costos. Así, según Manyara y Jones (2007), el turismo comunitario mejoraría el desarrollo socioeconómico de la población local, además de fomentar la conservación de la cultura y naturaleza local (López-Guzmán y Sánchez Cañizares, 2009a).

Para Casas Jurado et al., (2012), esta forma de turismo se configura como una herramienta de lucha contra la pobreza, que tiene importantes efectos multiplicadores en el Producto Interior Bruto (PIB), y que permite conservar el patrimonio natural, histórico y la identidad étnica de un destino turístico. Por su parte, el desarrollo de este turismo puede presentar algunos impactos negativos, como por ejemplo la contaminación ambiental, el deterioro de la cultura, etc. Por esta razón, este turismo debe planificarse adecuadamente, bajo la coordinación conjunta de todos los stakeholders implicados, con la finalidad de obtener beneficios para el destino (sobre todo para la población

local) y controlar todos aquellos costes o impactos negativos que esta actividad puede

Muchos espacios alejados de circuitos turísticos tradicionales anhelan, con poco éxito, incorporarse en una importante cadena de comercialización. Este error, como bien señala Gascón (2010), rompe la estructura y la Vocación Social de un Territorio, con los problemas que ello conlleva. Para un poblador rural, una propuesta cooperativa agropecuaria permite adecuar sus expectativas de desarrollo, por lo que parece lógico priorizar intervenciones en sectores propios, en detrimento de los que promueven la introducción de sectores nuevos sobre los que la población local tiene escasa o nula formación e información. El mismo autor propone la necesidad de conocer los sistemas de distribución del poder y tradiciones culturales existentes, debido a que el cambio de actividades económicas en un territorio significa procesos complejos de sensibilización y asunción de nuevas tareas por parte de la sociedad local. Además, algunos estudios (Twining-Ward et al., 2011) también significan que el turismo está generando en determinados territorios mayores desigualdades entre hombres y mujeres por el reparto inequitativo de los beneficios de la actividad.

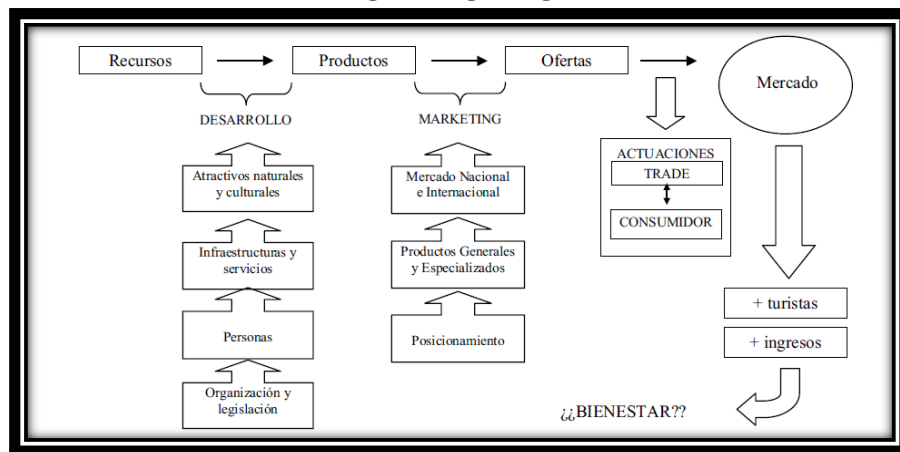
Sin embargo, la socialización de este fenómeno turístico sigue avanzando, aunque con más demora de la que muchos inversores, agencias o, incluso, pobladores, desearían. Las causas de este auge son muy diversas, aunque entre ellas cabe destacar, el incremento de la información y sensibilización por parte de ONGs y medios de comunicación, el apoyo de los organismos públicos, como forma de paliar la pobreza, y los cambios en los valores de la sociedad.

La “apertura al público” de numerosas comunidades, la creación de nuevos productos vivenciales, y otros factores relacionados con esta nueva oferta turística han satisfecho el interés y motivaciones de distintos segmentos del mercado, permitiendo un moderado crecimiento de esta actividad.

Además de valorar el indudable crecimiento de esta actividad, no se puede obviar que no todas las comunidades en el ámbito rural pueden, esperar tener el mismo éxito con el turismo, debido a que no es posible que la demanda se

amplíe indefinidamente (Cañada, 2009). El desarrollo de los emprendimientos comunitarios es complejo y requiere poner en marcha iniciativas turísticas comunitarias, lo que es complicado, y requiere diversos elementos contrastados para su desarrollo. Las diferentes tipologías pueden poseer distintos modelos, pero todos ellos han de estar basados sobre una población rural determinada, que se ubica sobre un territorio, que depende de una accesibilidad, de unos recursos con potencial turístico, de unos equipamientos y servicios turísticos vinculados, y de un sistema de organización más o menos desarrollado.

### IMAGEN N°3 EL PROCESO DE DESARROLLO DE TURISMO RURAL COMUNITARIO EN UN DESTINO



Fuente: Elaboración Casa Jurado

Pero, ¿realmente esta actividad económica genera beneficios para las comunidades? Para algunos autores como Cañada (2010), el turismo comunitario raramente ha aliviado la pobreza y la vulnerabilidad de las comunidades rurales, considerando además que este turismo sólo se ha sostenido por el apoyo cooperación externa, pero que no ha logrado insertarse en el mercado; además, cuando lo hace, en realidad, su forma de organización no es tan comunitaria como se declara, sino que se trata de iniciativas empresariales de carácter individual y mucho más “clásicas”.

Para otros autores (Pastor et al., 2011) el turismo puede convertirse en una fuerte amenaza para la cohesión social de los pueblos originarios. También el caso de Amantaní del Lago Titicaca estudiado por Gascón (2005) ilustra

perfectamente esta situación. Esta investigación escenifica las disputas que surgen entre comuneros por causa del turismo, al convertirse en una nueva actividad económica controlada por un pequeño sector de la población: los lancheros. La desigual distribución de los beneficios sobre un supuesto sistema de turnos comunitario generó numerosos conflictos y diferencias socioeconómicas.

Ante estos precedentes, la única manera de aproximarse a la realidad es conocer el estado actual en el que se encuentra la actividad mediante herramientas que permitan medir, de manera objetiva, la evolución de la oferta, la evolución de la demanda e incluso, de forma global, los beneficios que reporta a los territorios implicados en el turismo comunitario.

## **2.9. TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL PERU**

### **2.9.1. Antecedentes**

Teniendo una definición clara de “Turismo”, “Turismo Rural” Y “Turismo Rural Comunitario” es que pasamos al análisis del turismo rural comunitario mejor conocido como TRC – Perú. Para el caso de nuestro país el turismo rural comunitario nace como un programa propuesto por el Viceministerio de Turismo del Mincetur; la OMT en su libro “El Turismo Rural en las Américas y su Contribución a la creación de empleo y la Conservación del Patrimonio”, refiere al TRC.

*(...)Como un generador de prestadores de servicios rurales en diferentes puntos del país cuya clave del éxito comprende en el compromiso de los sectores involucrados y la coordinación permanente.*

El Programa de Turismo Rural Comunitario, fundamenta que el TRC es:

*(...) Toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto.*

VERA, complementa el concepto del enfoque TRC por parte del Viceministerio de Turismo – MINCETUR a:

*(...) Un modelo de gestión basado en la participación local como elemento fundamental que permita la sostenibilidad de la actividad turística y la inclusión social y económica de las poblaciones rurales a través del uso adecuado de sus activos naturales y culturales.*

El Turismo Rural Comunitario en el Perú debe su origen, en su mayoría, a la iniciativa de emprendedores que identificaron oportunidades de negocio para atender una incipiente demanda. Asimismo, los proyectos desarrollados con el apoyo de organizaciones de cooperación, empresas privadas y comuneros con espíritu emprendedor, favorecieron esta actividad (Mincetur, 2008).

Las comunidades rurales peruanas cuentan, en general, con la virtud de conservar una alta cohesión y una fuerte identidad, asociada a referentes culturales propios, cuyo origen se encuentra en la historia, el paisaje o las costumbres. Este contexto constituye un importante factor de desarrollo para la actividad turística. No obstante, también existen elementos que dificultan su apertura al exterior, lo que puede dificultar su adaptación a esta nueva economía. Además, el desequilibrio económico mundial o el aumento del precio del combustible, son circunstancias innegables a las que se enfrenta su desarrollo.

Las comunidades rurales peruanas, de la misma manera que otros territorios distribuidos por el mundo, manifiestan problemas, retos y conflictos similares. Algunos estudios desarrollados en Ecuador, Sudáfrica, Santa Lucía, Nepal, Uganda y Namibia (Ashley et al., 2001) muestran algunos inconvenientes comunes a los que se enfrentan las comunidades, como: la escasa cooperación de las autoridades en la conservación y en el desarrollo del turismo, la necesidad de un apoyo de conocimiento externo, el bajo número de visitas respecto a las expectativas creadas, la falta de capacitación para brindar servicios turísticos, la sobre dependencia de las agencias y operadores, la carencia de producto estructurado, la inaccesibilidad logística en lugares remotos, entre otras dificultades.



Para intentar paliar éstos y otros problemas asociados a las comunidades rurales peruanas surgió a nivel institucional desde el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), el Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario (PNTRC). A través del Programa de Cooperación Hispano-Peruano, aprobado en Lima en el año 2006, se planteó como actuación prioritaria el Proyecto “Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario en el Perú” (TURURAL-Perú), proyecto que es cofinanciado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, y cuya duración se establece para el periodo 2007-2011. Sobre este Programa se articulan emprendimientos rurales preparados para recibir turistas, con el fin de contribuir al desarrollo económico local y a la reducción de la pobreza del país. El PNTRC contempla el desarrollo de determinadas líneas de acción, en lo que respecta a las competencias sectoriales, como son: el fortalecimiento de gobiernos locales y organizaciones públicas y privadas vinculadas a la gestión del desarrollo local; la conciencia turística y educación para el desarrollo; la gestión del patrimonio ambiental y cultural; la gestión empresarial (micro y pequeña empresa turística rural); y, la promoción turística y articulación comercial (Mincetur, 2008)

La evaluación externa del proyecto TURURAL desarrollada por la Fundación Ulysses (Aecid, 2012) mostró unos resultados muy destacados. Su estudio se planteó con el objeto de conocer el grado de éxito en el diseño del Proyecto, su proyección y ejecución, la participación de las contrapartes, la administración y gestión de recursos, y el impacto sobre la población beneficiaria. De esa evaluación se obtuvieron algunas conclusiones muy interesantes que se pueden resumir en diez aspectos:

1. El liderazgo del Mincetur en materia de Turismo Rural Comunitario ha sido un factor determinante para su fortalecimiento como política pública.
2. La fase de diseño está caracterizada por la escasa cooperación con los actores regionales y locales, emprendimientos y otras iniciativas y/o entidades relacionadas (universidades, fundaciones, ONGs, etc.), siendo únicamente un resultado del trabajo de gabinete de una serie de

expertos. Afortunadamente la redirección en el año 2009 permitió un avance adecuado.

3. El Proyecto no ha transmitido correctamente los conocimientos del Programa a la mayoría de los territorios alejados de los circuitos tradicionales. También, en determinadas administraciones regionales y locales de destinos prioritarios carecen de capacidades instructivas adecuadas debido a la alta rotación de su personal.
4. Las comunidades beneficiadas tienen mayor sentimiento de pertenencia en relación con sus recursos, su identidad cultural, su territorio, etc.; además, ha mejorado su autoconfianza y motivación. No obstante, muchos de los emprendimientos que están en fase de despegue necesitan mayor apoyo de la administración, principalmente en la generación de capacidades y habilidades para consolidarse en el Turismo Rural Comunitario.
5. No se dispone de un sistema conjunto y unificado que recoja y procese toda la información para conocer si se han registrado mejoras en los emprendimientos y en la población beneficiaria. Esta deficiencia puede estar relativamente aliviada con la continuidad del Observatorio Turístico del Turismo Rural Comunitario.
6. Muchos emprendimientos no pueden desarrollar un producto de TRC de calidad por no disponer de infraestructuras básicas.
7. Hay factores limitantes en las capacitaciones impartidas, debida a la escasa presencia en los talleres de representantes de las administraciones regionales y/o locales; además de las dificultades en la apropiación de las tecnologías y metodologías empleadas en distintos destinos comunitarios.
8. Los aspectos relacionados con el posicionamiento comercial del turismo comunitario en el país y fuera de las fronteras peruanas no son adecuados y deben seguir mejorando.

9. Se muestran indicios de mejoras en el nivel de ingresos y aumento en el volumen y flujo turístico hacia los emprendimientos.
10. Las consecuciones, resultados e impacto del Proyecto son positivos en general, pero irregulares y dispares en cuanto a zonas, teniendo en cuenta la complejidad geográfica, cultural y social del país. No obstante, el aspecto relacionado con equidad de género es una materia pendiente.

En el año 2006 la zona turística regional sur cuenta con 37 fichas recopiladas sobre emprendimientos de turismo rural. Los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

**GRAFICO N°29**  
**NUMERO DE FICHAS DE EMPRENDIMIENTOS DE**  
**TURISMO RURAL DE LA ZONA TURISTICA SUR**

Zona	Región	N°
Zona 6	Ica	2
	Ayacucho	3
	Huancavelica	3
Zona 7	Apurímac	1
	Cusco	12
	Madre de Dios	4
Zona 8	Arequipa	1
	Puno	10
	Moquegua	1
	Tacna	-
<b>Total</b>		<b>37</b>

Fuente: Fichas de Emprendimientos Rurales DDPT mayo 2006  
Elaboración: Dirección de Producto Turístico/DNDT-VMT

En Arequipa sólo se tenía el registro de un emprendimiento, ubicado en la Reserva Nacional Salinas y Aguada Blanca. La asociación para la investigación y conservación de la naturaleza CONATURA junto con las comunidades de Tambo Cañahuas y Pillote venían promoviendo e impulsando el ecoturismo participativo como eje principal de desarrollo, así como la recuperación de tecnologías tradicionales y el manejo sostenible de los recursos naturales en especial el de la vicuña en estado silvestre.

En resumen, las valoraciones son positivas pero deben establecerse mejoras en el Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario. Debemos ser conscientes de que el Perú, en su condición de país megadiverso, mantiene una excelente perspectiva de desarrollo, ya que reúne condiciones apropiadas para liderar el modelo de turismo comunitario a escala mundial, como una nueva forma de viaje.

La actual política de país desarrollada desde las instituciones públicas está ligada a estas iniciativas comunitarias, centrando su interés en construir una cultura de viaje y fortaleciendo el posicionamiento del Perú como destino turístico de primer nivel.

### **2.9.2. Definiciones**

En nuestro país esta actividad se caracteriza por ser vivencial e integral, ya que promueve la incorporación de las comunidades en el manejo responsable de sus recursos naturales, culturales y humanos. Plantea una interrelación más estrecha con las comunidades, contribuyendo en la conservación de los recursos naturales y culturales del área en que se efectúa la actividad turística.

El Turismo Rural Comunitario:

“Es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto” .

“El Turismo Rural Comunitario en el Perú comprende toda actividad turística, recreativa y complementaria, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible con la participación prioritaria de las comunidades campesinas y/o nativas (Pueblos Afro Peruanos y Pueblos Indígenas u Originarios).”

En este proceso se encuentra intrínseco el desarrollo de capacidades en la comunidad para el manejo y gestión de los servicios turísticos acordes a las características del producto y las necesidades del mercado. Alienta a la comunidad a asumir un compromiso de respeto, valoración y conservación del patrimonio e incentiva a ésta a darlo a conocer y promoverlo al mundo.

### **2.9.3. Objetivo del desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú.**

El desarrollo del Turismo Rural Comunitario se enmarca dentro del objetivo uno del Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR, el mismo que promueve el “Desarrollo de una oferta turística competitiva y sostenible” como estrategia para la lucha contra la pobreza.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diversificar la oferta turística nacional, a través del desarrollo de productos turísticos competitivos en el ámbito rural.
- Garantizar la participación de la comunidad local, promoviendo el protagonismo de la mujer y los jóvenes en la actividad.
- Generación de empleo y mejora de ingresos en las poblaciones involucradas.
- Promover la conservación de los recursos naturales y culturales.
- Servir como instrumento para contribuir a frenar la despoblación del entorno rural en nuestro país.
- Complementar con acciones de desarrollo en Turismo Rural Comunitario las actividades que ejecute el Programa Sierra Exportadora.

### **2.9.4. Beneficios del turismo rural comunitario**

**EN LO ECONÓMICO.** El turismo rural comunitario se integra en la economía local y a las actividades propias del medio rural, ya que se trata principalmente de explotaciones a pequeña y mediana escala controladas mayormente por empresarios locales. Por consiguiente, es una actividad económica adicional que diversifica el ingreso, además que puede y sirve para frenar la despoblación y dinamizar los espacios rurales, en tanto que la comunidad se beneficia e involucra en la prestación de servicios. Complementa la actividad agropecuaria y artesanal.

**EN LO AMBIENTAL.** El entorno natural es un aspecto clave para la actividad de turismo rural comunitario. Con el fin de garantizar el uso

sostenible del medio ambiente es esencial establecer un marco legislativo apropiado, llevar a cabo una planificación equilibrada y seguir mejorando la gestión de las empresas. Por otro lado, intensifica la conciencia ambiental de las comunidades cuando éstas observan el interés de los visitantes por la conservación.

**EN LO SOCIAL.** El turismo rural comunitario mantiene una vinculación estrecha con la vida de la comunidad. Así, la llegada de turistas puede ayudar a mantener y mejorar la infraestructura y servicios locales (por ejemplo, carreteras, transporte público, comercio, servicios públicos, etc.). De este modo contribuye a mejorar el nivel de vida de la población local. Además, el turismo rural puede crear oportunidades para grupos tradicionalmente desfavorecidos en el medio rural, como los jóvenes, las mujeres y los ancianos y facilita el conocimiento de otras formas de vida enriqueciendo la propia.

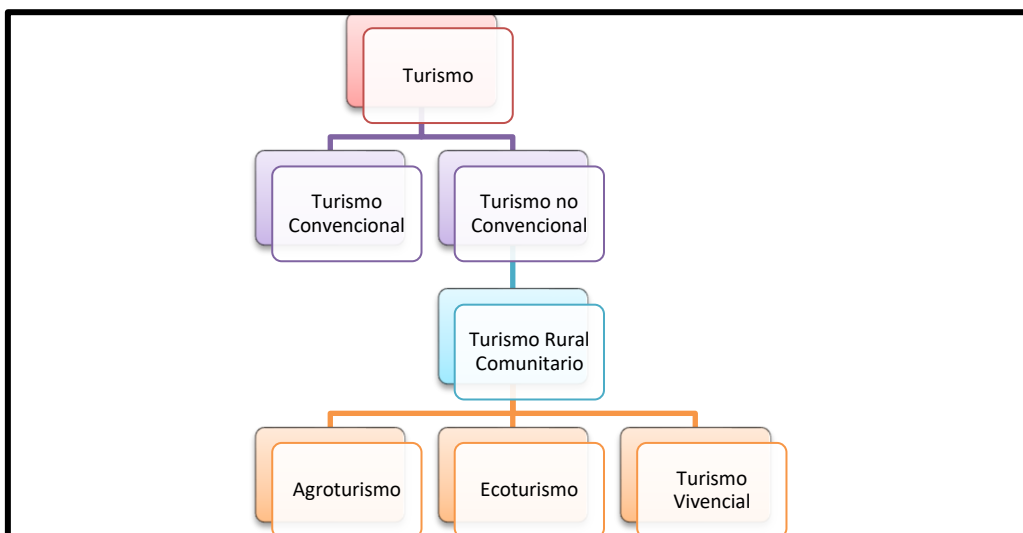
**EN LO CULTURAL.** En vista de la importancia que dan los visitantes a la cultura y tradiciones locales, el turismo rural comunitario debe tener un papel fundamental en la preservación, conservación y recuperación a largo plazo de las mismas (gastronomía, artesanía, folclor, costumbres, actividades tradicionales, etc.), sin ninguna imposición sino en concertación con las comunidades. Contribuye al reforzamiento de la identidad e institucionalidad local, relacionados a los beneficios de los conocimientos producto de la investigación especializada (biología, antropología, sociología rural, arqueología), para poner en valor el patrimonio cultural y natural. Esta valoración supone un aliciente para la recuperación y conservación de la arquitectura tradicional, su ingeniería y el medio ambiente.

**EN LA OPORTUNIDAD.** Resulta una alternativa al turismo convencional. Dado que el turismo rural comunitario en el Perú atrae a turistas que practican un turismo responsable.

### 2.9.5. Tipologías del turismo rural comunitario

Tal como se observa en la gráfica siguiente el turismo rural comunitario en nuestro país comprende la siguiente tipología según los lineamientos de Turismo Rural:

**GRÁFICO N°30**  
**TURISMO RURAL COMUNITARIO Y SUS TIPOLOGÍAS**



Fuente: Lineamientos de Turismo Rural, MINCETUR-2008

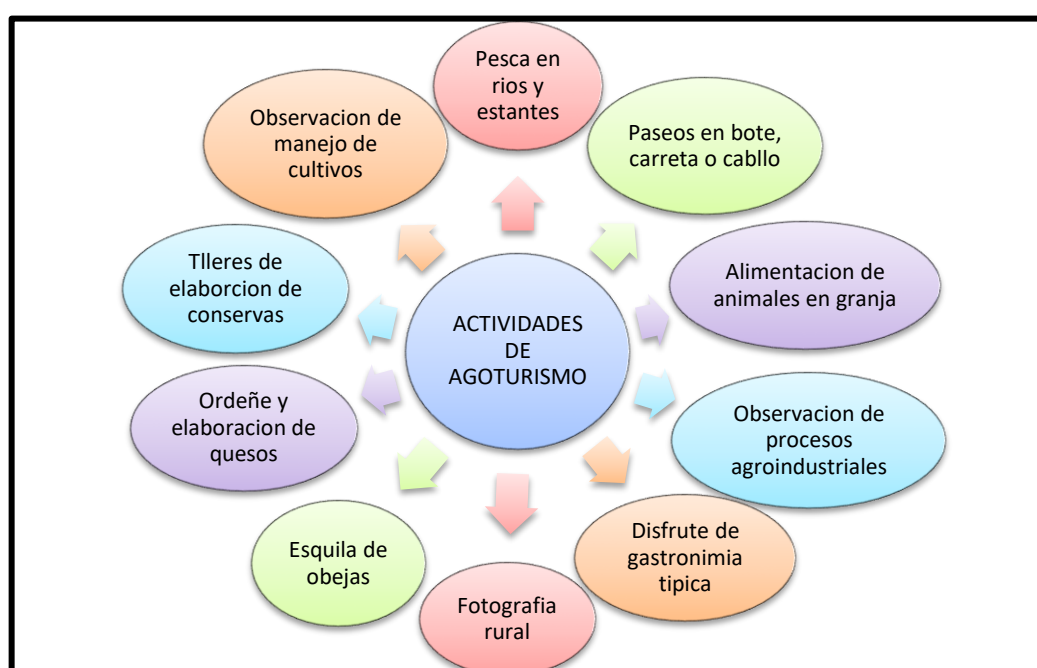
#### A) Agroturismo

Es el turismo que se practica en zonas altamente productivas, ya sean agrícolas, agropecuarias y agroindustriales. Estas zonas podrían pertenecer a una persona, comunidad o varias comunidades. Integra de manera sostenible las actividades productivas rurales administradas por productores locales, en las cuales se generan productos de origen agrícola, pecuario, acuícola, o forestal, pudiendo ser aprovechados con el propósito de promover servicios complementarios, la venta de dichos productos y ofrecer nuevas experiencias a los visitantes como el de observar diferentes prácticas agrícolas utilizadas como aspectos agroindustriales, artesanales, gastronómicos, tradiciones populares, diversidad genética de animales y plantas, su origen, domesticación y evolución, así como ver y compartir la forma de vida de los pobladores locales; es además una alternativa para dar a conocer acerca del origen de nuevos productos y fomentar las actividades productivas en zonas rurales.

Consiste principalmente en recorridos por el campo y/o instalaciones para conocer, aprender y experimentar las distintas tareas o procesos que se realizan.

Estos recorridos pueden ser participando del proceso o sólo observándolos. Esto depende de los gustos y deseos de los clientes. También, debe o se puede ofrecer alimentación y hospedaje dependiendo del turismo.

**GRÁFICO N° 31**  
**ACTIVIDADES DE AGROTURISMO**



Fuente: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). 2010.

## **B) Ecoturismo**

La Sociedad Internacional de Turismo conceptualiza al Ecoturismo como “un viaje responsable a áreas naturales que conserva el ambiente, valora la cultura y apoya el desarrollo sostenible de las poblaciones locales generando un mínimo impacto negativo.”

Según la OMT, la principal motivación de los turistas es la observación y apreciación de la naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en esas zonas. A su vez incluye elementos educativos y de interpretación.



El ecoturismo es una alternativa para practicar el turismo sin ocasionar impactos negativos al medio ambiente, disfrutando del entorno maravilloso que la naturaleza nos ofrece; el cual es definido como “El viaje responsable a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales” - (TIES, 1990).

El Ecoturismo, procura reducir los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural contribuyendo de esta manera a la protección de las zonas naturales; a través del beneficio económico para las comunidades, organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos conservacionistas; ofreciendo oportunidades de empleo y renta a las comunidades locales, incrementando la concienciación sobre conservación del patrimonio natural y cultural, tanto entre los habitantes de la zona como entre los turistas.

El Ecoturismo, como es definido por nuestra autoridad nacional (el Viceministro de Turismo), es una modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales y las manifestaciones culturales, promoviendo y contribuyendo a la protección y conservación de las zonas naturales. Tienen un bajo impacto ambiental y cultural y propicio una participación activa y socio-económicamente beneficiosa de las poblaciones locales (DS Nro. 029-2004-MINCETUR).

El Perú está considerado entre los doce países de mayor biodiversidad de la tierra, porque sus 25.000 especies de flora, 2000 especies de peces, más de 500 de mamíferos y 500 de anfibios hacen del Perú, un país con un elevado potencial para el desarrollo del ecoturismo. En el Perú se han creado numerosas Instituciones, fundaciones y ONG's que se dedican a la conservación de especies en peligro de extinción, también muchas de ellas trabajan para erradicar las principales causas de mortalidad no natural de especies silvestres. Además buscan la protección de zonas naturales que corren peligro de ser destruidas por el hombre.

El Gobierno Peruano consciente de la situación, ha creado zonas intangibles en donde se proteja la geografía, las fuentes de agua natural, el paisaje, la flora

y la fauna, las comunidades indígenas y todo aquello que sea propio y característico de un lugar específico. Muchas de estas zonas intangibles son lugares de belleza natural indescriptible, como por ejemplo: Pacaya Samiria en Loreto, Manu y Tambopata-Candamo en Madre de Dios, Yauyos en Provincia de Lima, entre otras. A través del Servicio Nacional de Áreas Protegidas por el Estado (SERNANP), trabajan en la conservación de las áreas naturales protegidas (ANP), asegurando su diversidad biológica y el mantenimiento de sus servicios ambientales.

Muchas de las organizaciones nacionales que se dedican a la conservación de la naturaleza en el Perú, trabajan conjuntamente con organizaciones Internacionales quienes brindan su apoyo en la elaboración y ejecución de proyectos que generen beneficios para el ambiente y para las comunidades del entorno.

### **c) Turismo vivencial**

Es una modalidad de hacer turismo y que tiene como particularidad que familias dedicadas principalmente a las actividades agropecuarias y de pesca artesanal, abran sus casas para alojar al visitante, mostrándole una forma de vida única en el mundo.

Se denomina también, a todas las actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural y que resultan de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, románticas o diferentes a las de su habitual estilo de vida. Al viajero adepto a este tipo de turismo, le interesa conocer las técnicas productivas y participar de las características, formas típicas de vida y de trabajo en el campo.”

En cada una de las tipologías establecidas, se pueden realizar otras actividades turísticas complementarias tales como: turismo de aventura, gastronomía, folclor, termalismo, avistamiento de aves, turismo místico, entre otras. Todas ellas podrán expresar de manera integral el producto de turismo rural comunitario.

**IMAGEN N°4**  
**LUGARES DONDE SE PRACTICA EL TURISMO VIVENCIAL**



Fuente: RAP TRAVEL – PERÚ

**2.9.6. Clasificación de emprendimientos:**

EL PROGRAMA DE TURISMO RURAL COMUNITARIO en el enfoque peruano nos muestra la clasificación por conformación determinada de la siguiente manera:

**A. Gestión pública:**

El Estado (a través de sus gobiernos locales y en particular de las municipalidades distritales y provinciales) debe ejercer sus competencias en la dotación de bienes públicos básicos, el ordenamiento del territorio, en la planificación local y en la creación del entorno adecuado para el desarrollo de los emprendimientos locales, entre otras funciones relacionadas más específicamente con el desarrollo del Turismo Rural Comunitario, como por ejemplo, la zonificación de áreas turísticas o planes de desarrollo turístico y la gestión de residuos.

**B. Gestión empresarial:**

- **Gestión Privada.**

Incluye Gobiernos Locales (empresas municipales), empresarios privados y parte de los miembros de una comunidad, siempre y cuando estos últimos conformen una empresa.

- **Gestión Comunitaria.**

Esta clase de emprendimiento está liderado y manejado de manera total por la comunidad de manera autónoma y directa.

- **Gestión Mixta.**

Para esta clase de emprendimiento se ve una cooperación entre la comunidad y un tercero. El emprendimiento mixto tiene a su vez los siguientes tipos:

- ✓ Emprendimiento comunitario más ONG.
- ✓ Emprendimiento comunitario más empresa privada.
- ✓ Emprendimiento comunitario más ONG más empresa privada.
- ✓ Emprendimiento comunitario más INRENA y/o INC.

De igual forma que los anteriores EL PROGRAMA DE TURISMO RURAL COMUNITARIO aclara que el tercer modelo posible que nace del emprendimiento privado pero que debe de considerar la participación de la población local. Para este tipo de emprendimiento es importante tomar en cuenta que guarde relación con el concepto, objetivos y elementos establecidos por los lineamientos del TRC.

Es importante considerar que todos y cada uno de los tres modelos de gestión propuestos por EL PROGRAMA DE TURISMO RURAL COMUNITARIO, los emprendimientos deberán, preferentemente, partir de, coordinar con los gobiernos locales para su desarrollo.

### **2.9.7. Condiciones para el desarrollo del turismo rural comunitario**

1. Existencia de actividades agropecuarias, pecuarias, agrícolas, cultivos tradicionales, agroecología forestal, agroforestal, agrosilvopastoril, manejo de fauna, comunidades, recursos naturales y culturales capaces de generar un interés en el visitante y/o especialista.
2. Debe visualizarse como una fuente de ingresos complementaria a las actividades tradicionales del ámbito rural; pudiendo convertirse en una actividad principal.
3. Que exista participación e involucramiento de manera directa e indirecta de la población local en la actividad y su comercialización.
4. Presencia de liderazgo en la comunidad.
5. La Comunidad debe ser consciente de los cambios potenciales que el turismo trae consigo y debe tener el interés por el desarrollo de la actividad turística.
6. La no existencia de peligros evidentes contra el patrimonio natural, cultural y humano de las comunidades.
7. Existencia de conectividad e infraestructura básica mínima adecuada al servicio.
8. Servicios de alojamiento, alimentación, instalaciones complementarias, actividades de esparcimiento y recreación potenciales o actuales, adecuados al contexto local natural y cultural.

9. Los productos que se elaboren deben basarse en los conocimientos, valores y destrezas tradicionales de las comunidades.
10. Que las características del emprendimiento cubran las necesidades reales o potenciales del mercado.

---

## **CAPITULO III**

---

### **ASPECTOS GENERALES DEL DISTRITO DE SIBAYO**

---

### 3.1. ORIGEN DEL PUEBLO DE SIBAYO

De acuerdo con el texto de Omar Estrella y Christian Soncco, titulado “Fragmentos de la historia de Sibayo”, se menciona que el distrito de Sibayo tiene sus remotos orígenes desde la aparición del hombre en el valle del Colca teniendo como referencia las cuevas de Sumbay y más claramente en las de Mollepunko, que datan de los 5000 a.c donde existe evidencia que los hombres que vivían en estos lares se alimentaban de los animales propios de la zona como son los auquénidos y que las pinturas rupestres que allí existen son testigos de ello.

Sibayo era un anexo del distrito de Tuti, desde tiempos de la colonia. Entonces los Sibayaños se encontraban al servicio de los Tuteños. Es así que durante los primeros años de la década de los cuarenta el siglo pasado, el nacimiento de Sibayo se debe al esfuerzo de dos hermanos Amador Samayani Mamani y Ceferino Samayani Noa, a quienes aparte de ser vecinos de Sibayo también eran dirigentes.

En una oportunidad el Alcalde de Tuti de apellido Churo ofendió a uno de los hermanos quien era Ceferino, al cual obligo a botar sus orines, ante esta orden Ceferino salió de la casa del alcalde molesto, entonces entro a la casa de su hermano Amador quien increpo al alcalde y dejando en claro que los Sibayaños ya no soportarían las ofensas ni las discriminaciones del pueblo de Tuti.

Ocurrido esto ambos hermanos se dirigieron hacia la capital Chivay. Es allí donde encuentran a un diputado de apellido Bernedo a quien le explican la grave ofensa que les había hecho el alcalde de Tuti y que estaban cansados de tanta bajeza y discriminación. El diputado se compromete a realizar un memorial al AUPA (Asociación de Urbanizaciones de Arequipa) para que el anexo de Sibayo se convierta en el distrito de Sibayo junto a sus anexos: Challuta, Llacto, Sayaña, Ccallampuri, Tres estancias, Chachui. Gracias a estas gestiones es que finalmente Sibayo se libera de Tuti, según la resolución de 1943.



El nombre del distrito se mantiene del término “Shiwa” que se menciona en los documentos de Juan de Ulloa y Mogollón quien es el primero en mencionar a los pueblos de la encomienda de los Collaguas, que data del año de 1586, el primer término unido al término “Jayo” daría origen al nombre actual del pueblo de Sibayo “la cache del traidor” pues viene de esos dos vocablos.

El distrito fue creado oficialmente el 25 de enero de 1943 siendo presidente de la Republica en ese entonces el Dr. Manuel Prado y Ugarteche en su primer gobierno, quien quiso dar legitimidad y reconocimiento a todos los pueblos escondidos y autóctonos de la nación. Llegando así al año de 1995 donde se puso fin a estos conflictos quedando definitivamente Sibayo con sus anexos.

### **3.2. ASPECTOS GEOGRÁFICOS:**

#### **3.2.1. Ubicación.**

El distrito de Sibayo se encuentra situado a orillas de la margen derecha del rio Colca, en la parte alta a 32 km. en la Provincia de Caylloma, con una altura de 3810 msnm, con una superficie territorial de 286.03km (PROCASUR, 2010).

Es uno de los distritos más pequeños de la provincia de Caylloma, pero importante por su estratégica ubicación en el cruce de dos carreteras: una que va a Caylloma y las partes altas de las regiones de Cusco y Apurímac y la otra que va a la parte baja del Valle del Colca, en especial a la capital de la provincia: Chivay.

Sin embargo, si bien alcanzo importancia trascendental cuando se estuvo construyendo la presa (estructura hidráulica) de Tuti y los túneles para llevar el agua hacia la irrigación de las pampas de majes, al concluir el proyecto, Sibayo perdió su relativa importancia.

Por otro lado y a raíz de la construcción de la carretera asfaltada que pasa por Imata y Juliaca con destino a Puno, Cusco y Apurímac, Sibayo ha

perdido la importancia que le otorgaba su cercanía al puente “k`ellk`ata” (comunicaba con el Cusco y Apurímac).

La Municipalidad de Sibayo (2010, p.16).” indica como límites geográficos del distrito:

- Por el norte : Distrito de Tisco.
- Por el este : Distrito de Callalli.
- Por el oeste : Distrito de Caylloma y Tuti
- Por el sur : Distrito de Chivay

El distrito esta hermanado con sus distritos colindantes por lo mismo que son todos descendientes de los Collaguas quienes tienen sus orígenes en el nevado Collaguata.

### **3.2.2. Área superficial:**

El área superficial de esta comunidad es de 286.03 Km<sup>2</sup>.

### **3.2.3. Clima**

Sibayo presenta el siguiente clima.

Supra tropical –semiárido:

De acuerdo al SENAMHI (2001), Sibayo tiene un precipitación de 573.2 las precipitaciones son escasas e irregulares, con lluvias intensas pero de corta duración. Su vegetación está compuesta normalmente por arbustos que sirve de alimento para los animales.

Temperatura máxima de 16°C y una mínima de -20°C

Sibayo también presenta heladas durante 23 días con una intensidad de -6.9% y con una frecuencia de 76.7% (SENAMHI, 2008)

### **3.3. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS:**

#### **3.3.1. Población**

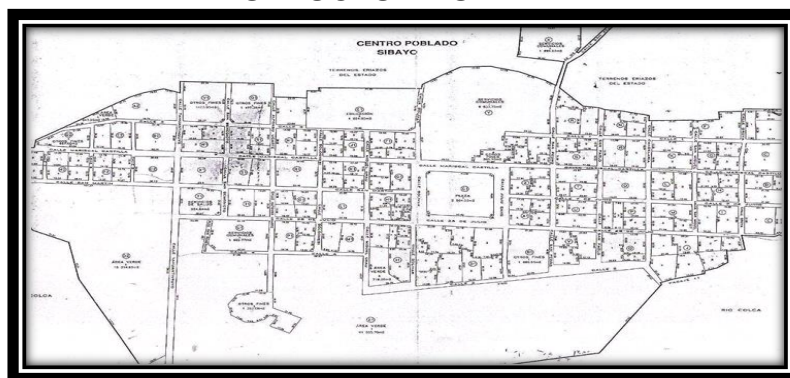
El distrito, según los últimos datos, cuenta con aproximadamente 675 habitantes; por la proyección efectuada del 2010 al 2015 por el INEI. Del total de la población del distrito, el 45.8% está conformada por hombres y el 54.2% por mujeres; de ello la población urbana representa el 55.28% y el 44.72% es rural. En cuanto al nivel de instrucción el 39% presenta primaria completa y el 27% presenta secundaria completa; dividiéndoles en grupos de edad en los hombres presenta un mayor cantidad de 25 a 34 años con 30% y de 35 a 49 años con 29%, en cuanto a mujeres presenta un mayor cantidad de 25 a 34 años con 29% y de 35 a 49 años con 28% (INEI, 2007). En cuanto al IDH en Sibayo del 2009 este se encuentra con un 11.7. En cuanto al mapa de pobreza esta con 61.5, el índice de pobreza extrema con el 22.8, las viviendas sin agua potable 45. 2 viviendas sin desagüe 60.1. Los hogares con niños que no asisten a la escuela 1.4 y los hogares q cuentan con una alta dependencia económica de 3.2 por el (INEI, mapa de pobreza 2009.)

### **3.4. DIVISIÓN POLÍTICA:**

#### **3.4.1. Estructura urbana**

Para la Municipalidad de Sibayo (2010), Sibayo es una estructura urbana cuyo núcleo es su plaza principal y a partir de ella se ordenan en forma de cuadrados o rectángulos en manzanas pequeñas. Esta área central consolidada se ha expandido hacia los sectores sur y norte, con menor intensidad hacia los otros sectores.

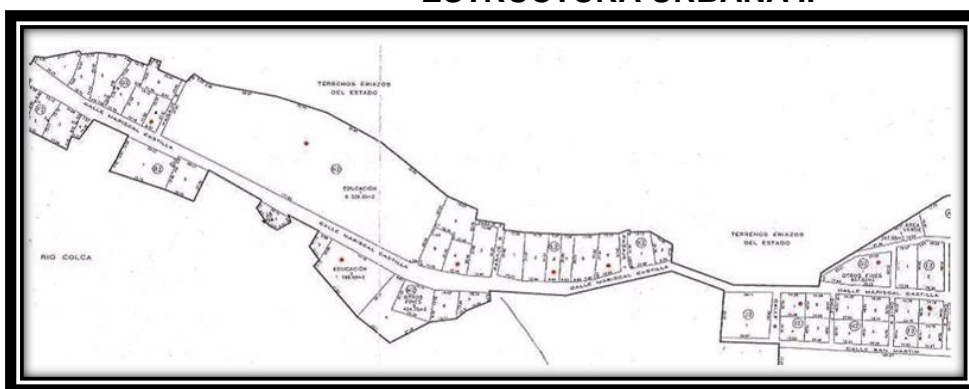
## IMAGEN N°5 ESTRUCTURA URBANA



Fuente: Municipalidad Distrital de Sibayo.

Destaca la vía principal vehicular y peatonal; Calle Túpac Amaru, Mariscal Castilla, de ingreso a todos los atractivos turísticos de Sibayo. (El paraje de la momia, el futuro mirador turístico, el puente colgante de piedra, la iglesia San Juan Bautista de Sibayo, la chullpa de Huanascasca, el lagarto dormido de Parajra, aguas termales, volcancitos de pumpo etc.) Con flujo importante que conecta con la carretera de ingreso desde y hacia Arequipa y principal articulador de otros distritos.

## IMAGEN N°6 ESTRUCTURA URBANA II



Fuente: Municipalidad Distrital de Sibayo.

El distrito de Sibayo es un centro urbano con déficit de calles adecuadamente pavimentadas o empedradas, tanto mayor déficit de veredas en la cual en su mayoría son de tierra y en mal estado. Estas características urbanísticas de calles empedradas y sinuosas siguiendo la topografía del terreno bordeados por edificaciones con materiales tradicionales de piedra, barro, con techo de ichu.

**IMAGEN N°7**  
**VISTA ENTRADA AL PUEBLO**



Fuente: elaboración propia, noviembre del 2015

**IMAGEN N°8**  
**CALLES DE ENTRADA AL PUEBLO**



Fuente: elaboración propia, noviembre del 2015

### **3.5. TOPOGRAFÍA**

#### **3.5.1. Suelo de Sibayo**

De acuerdo con (Kosaka, Arias, Farfán, Gonzales., Minaya., Ticona . 2002, p. 47) precisan que “Sibayo presenta suelos aluviales, con presencia de cantos rodados, gravas arenosas de color gris claro medianamente compactas con espesores variables, en la parte antigua de la localidad se halla superficialmente la presencia de arenas limosas de color rojiza a marrón conformando una matriz fina bastante compacta poco plástica, con presencia de gravas sub angulosas”.

Para (Kosaka et al. 2002, p. 54) “Sibayo se presentan dos zonas diferentes; una constituida por materiales de origen aluvial asentados sobre rocas pertenecientes al volcánico Tacaza los mismos que presentan relativo contenido de humedad. La otra zona correspondiente al poblado Puente Nuevo Sibayo se encuentra constituida por materiales de origen aluvial-proluvial y coluvial sin contenido de humedad y muy compactados los mismos que descansan posiblemente sobre el grupo Yura”.

### **3.5.2. Principales cerros del distrito de Sibayo**

Como todos los pueblos legendarios necesitan un protector para darle algún origen a sus referencias y orígenes, en Sibayo el principal tenemos a Chungara que se encuentra a 4500m.s.n.m, de los pies de este cerro nacen diferentes ojos de agua que enverdecen los bofedales que sirven de alimento de los camélidos. Además de las aguas nacidas el Chungara una arte desciende a los pequeños ríos Ccallampure e Ichihuayco las cuales sus aguas desembocan al río Hornillos o Monigotesotra pate para los ríos Tambomayo, Qentahui y Palcca que ambos desembocan en el río Colca.

De sus manantiales sale el agua que sirve para el consumo humano de los pobladores de Sibayo igualmente para el riego de las zonas agrícolas.

Los antiguas leyendas indican que los ríos y las lagunas son las hijas de los Apus o cerros es así que a sus pies del Chungara se encuentra una hermosa laguna de Chungara, actualmente viven familias trabajando con criaderos de Truchas.

Otro cerro importante es el Yanazo o más conocido como “Warmi Wawayoc” que significa el Padre o Apu de la Mujer, se encuentra ubicado a unos 10km del pueblo a la altura de 4000 o 4800 de sus pies nacen los ríos Yanazu la cual los hombres van a este cerro a pedir favores en especial que les consiga pareja.

Otros Apus que tiene el pueblo de Sibayo son:

- collpapuquio, ubicado al oeste del pueblo.
- Lliptallipta, ubicado al noroeste del pueblo.
- Sullullumpa, ubicado al noroeste del pueblo.
- Jalliccaca, ubicado al este del pueblo.

Aparte de los Apus protectores que embellecen al distrito de Sibayo, existen otros cerros que igualmente encierran una esfera de misticismo, algo más alejado se encuentran los Castillos encantados de Callalli que vigilan a cual guardián a su doncella.

- Misa
- Punta
- Lorecondori
- Sullullumpa

Igualmente se nombra a los cerros que están más alejados

- Huaca Picho
- Apu Sibayo
- Toc- racruz pata. (Municipalidad de Sibayo, 2010).

### **IMAGEN N°9 CAMINO HACIA LOS CERROS TUTELARES**



Fuente: elaboración propia, noviembre del 2015



### 3.6. ASPECTO HIDROGRÁFICO

#### IMAGEN N°10 PUENTE COLGANTE



Fuente: elaboración propia, noviembre del 2015

Los ríos fueron fuente de vida para los antiguos pobladores tanto para su supervivencia de las personas, animales y plantas, pero para la población Sibayaña era más que eso, ya que sus aguas llegaban a la Mamacocha, que les ofrecía el cochayuyo y los recursos hidrobiológicos.

El río Colca nace en la Región Puno, de allí cruza el distrito de Callalli llegando a la represa “Lago del Colca” continua su travesía llegando al distrito de Tiso y de ahí desciende hacia el distrito de Sibayo.

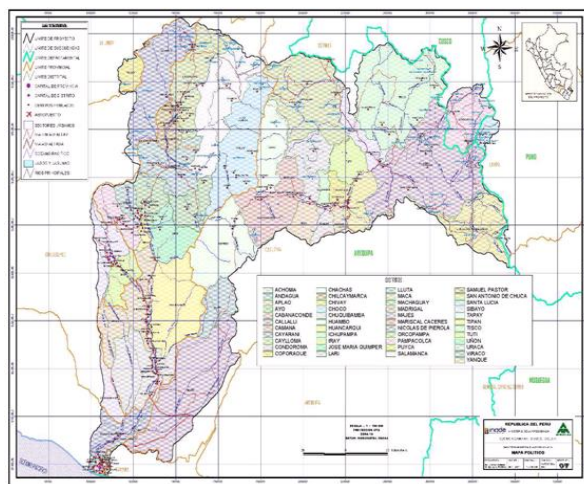
El río Monigotes u Hornillos, nace en el nevado Mismi y el cerro tutelar de Chungara y pasa por el lado noroeste de Sibayo, siendo el límite con el distrito de Caylloma hasta el sector de Saywasaywa y Kilca y próximo al proyecto de Angostura continua su trayecto a la región del Cuzco para finalmente desembocar al Amazonas, es desde este punto el origen del río Amazonas que nace en la parte alta de la Provincia de Caylloma.

El río Yanazo, nace en el cerro del mismo nombre su trayecto pasa por la parcialidad de tres estancias cayendo en la catarata de Qacchata y cruzando por las ruinas de Paraqra, desemboca por el lado oeste el río Colca.

El río de Ichuhuayco, el cual nace en la apacheta de Chungara y recorre por la quebrada de Ichuhuacho capital del anexo de Condorcuyo y desemboca en el río Monigotes.



El río de Chaghui, nace en los territorios del distrito de Sibayo específicamente en Q'aralla, por el cerro de Chagui y se va hacia la región Cusco para finalmente desembocar en el río Amazonas. (Municipalidad de Sibayo, 2010).



“La actividad económica principal de la población de Sibayo está basada en la crianza de camélidos sudamericanos, (alpacas y llamas), ovina, vacuna, porcina. Desde tiempos prehispánicos, la agricultura y la ganadería han constituido la base económica de los habitantes de la región. Especialmente en las poblaciones altoandinas de Tuti, Callali, Sibayo y Tisco, prevalece hoy como antaño, la cría extensiva de camélidos sudamericanos (llamas y alpacas) y de ovinos, para comercializar lana, cuero y carne a las ciudades, centros mineros de la región y la exportación al exterior, a través de intermediarios” (Robles, 2010,p. 168).

“El distrito cuenta con recursos hídricos y pastizales altos y de buena calidad, con ondulaciones, riachuelos y manantiales, presenta una proporción entre alpaca y ovino de 1.5 a 1”. (Rubina., Salazar y Zeballos 1995, p.93)

### **3.7.2. Agricultura**

La agricultura es casi nula debido a las condiciones climáticas de su ubicación geográfica, a excepción de ciertas zonas con microclimas aptos para esta actividad, donde se puede cultivar papa amarga, papa buena, oca, olluco, isaño, cebolla, lechuga, zanahoria, cebada.

“La avena crece en localidades de altura como Tuti y Sibayo” (Robles, 2010)

En otras zonas crecen pastos naturales, arbustos como collechillihua, ichu, pinahua, canlle, layo, quellonquello, secheca, lacho, tola, chicuru, ccapazo, cebadilla, yareta, bofedales (05% con faciola), taccras, iro, canlli, pacopaco, yareta. Y se encuentran también plantas medicinales como chicuro, sasahui, choquechampi, jaipaticca, chachacoma, pupusa, uñiri, ccacyachuima, sasahuc, pincopinco, vervena, chicuro, ccata, pille, ortiga, punchica, ajana, sallica, chicchimpa, marma, yawar, choncca, paychi, ayrampo, punchccatira, salvia, palmareal, huirahuir, sanccayo, ajotillo, anís silvestre.

De acuerdo con Robles (2010) “Sibayo cuenta con sus propios manantiales para la irrigación de sus campos”.

### **3.7.3. Artesanías:**

Entre las artesanías sobresale la fabricación de prendas de vestir con lana de alpaca y los bordados del colca, que son una fuente más de ingreso por venta a los turistas, visitantes de convivencia.

El año 1980, el Sr. Otto Mattos, habitante de Sibayo, “empezó a hablar de artesanía y turismo” y logró motivar a un grupo significativo de familias para trabajar en artesanía. El mismo señor, junto a otras personas, fundó la Cooperativa Túpac Amaru, en el año 1985, iniciando gestiones para exportar a Suiza.

La cooperativa exportó artesanía a Suiza durante varios años, destacando la iconografía local, basada en la “flora y fauna de Sibayo y distinta de los distritos vecinos”. Este período es recordado con nostalgia por socias y socios, tanto por los aprendizajes adquiridos “tuvimos capacitación en tejidos, acabados y diseños”, como por los ingresos recibidos...”conseguimos bonos del extranjero para todos los artesanos, cada fin de año, gratificación para todas las familias”, ya que constituía el único ingreso de la población. Sin embargo, la cooperativa quebró el año 2005, “por mala administración”, por lo que empezó a “desintegrarse... (el grupo)... y los socios quedaron sin trabajo”.

El año 2006, un grupo de socias y socios de la antigua cooperativa, decidieron organizarse por su cuenta y formaron la Asociación de Artesanas Sumac Pallay (AASUPASI) con una nueva razón social, tratando de recuperar los bienes de la cooperativa y apoyados por una donación de SOS FAIM, por un monto de US\$ 20.000, fondo aún existente y que ha permitido financiar parte significativa de las actividades de esta asociación.

Si bien no se logró recuperar los bienes de la cooperativa, Sumac Pallay se ha dedicado a la producción de tejidos de fibra de alpaca, bordados de iconografía del Colca, que venden principalmente en Sibayo, el mercado de Chivay y Arequipa, en menor volumen. La Asociación también realizó exportaciones a Italia, sin embargo, al poco tiempo “por falta de acabado, fue rechazada y dejamos de exportar”.

Recién creada Sumac Pallay, inició su vinculación con el Proyecto Sierra Sur, presentando un Plan de Negocios para la elaboración de artesanía, lo que ha permitido a sus integrantes, aprender nuevas técnicas, manteniendo la iconografía local. El testimonio de las socias, así lo señala... “nosotros en Sibayo, éramos cero en bordados, solamente uno o dos sabían manejar la máquina,... no, ¡nadie sabía! ...en Chivay nada más sabían y ahí nos capacitamos todos..., la mayor parte salieron excelentes en bordados...”

PROCASUR (2010) señala que SumacPallay, se constituye como asociación el año 2004, destacando en sus actividades el Tejido de punto a mano, a

máquina, bordados del Colca en máquinas de coser con técnicas únicas, llegando a exportar sus productos y ofertarlos a través de una página web con su marca registra “SumaqPallay”.

**a) Principales productos:**

En bordado: Accesorios como correas, monederos, pulseras, vinchas, carteras, fajas, porta celulares, entre otros.

En tejido: Chullos, guantes, medias, chalinas, chompas, tejidas en fibra natural de alpaca o lana de oveja. Cooperación institucional.

Para su desarrollo y fortalecimiento, AASUPASI han gestionado la cooperación de diversas instituciones, dentro de las cuales destacan la Municipalidad Distrital de Sibayo, el Proyecto SIERRA SUR con el cofinanciamiento para la contratación de Asistencia Técnica, visitas guiadas y participación en espacios de promoción comercial como la Feria Perú Moda, de alta importancia en el país el ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

**IMAGEN N°12  
BORDADOS**



Fuente: Municipalidad Distrital de Sibayo

### **3.7.4. Turismo rural comunitario**

Con posterioridad a la creación de Sumac Pallay, un grupo de socias y otras personas interesadas en el negocio turístico, cuya promoción ya había iniciado el Municipio, se unieron para “alojar a los turistas, atender con más servicios y fortalecer a Sumac Pallay en su artesanía”, formando la Asociación de Servicios Turísticos “Rumillakta”. Sibayo (ASETUR).

## **3.8. COSTUMBRES Y TRADICIONES DEL DISTRITO DE SIBAYO.**

### **3.8.1. Calendario de fiestas:**

- Fiesta del Niño Jesús (Collana Fiesta) 01 de Enero.
- Aniversario político del distrito: 25 de enero
- Fiesta de San Juan Bautista el 24 de Junio.
- Fiesta de San Pedro y Pablo el 29 de Junio.
- Fiesta de Virgen del Carmen el 16 de Julio.
- Señor de Huanca: 16 de septiembre (anexo de Condorcuyo)

### **3.8.2. Tradiciones:**

#### **3.8.2.1. Vestimenta típica:**

Varones: pantalón y saco de bayeta, sombrero de paño, linle, poncho de lana de ovinos o alpaca de colores claros,

Mujeres: polleras multicolores y bordados, chumpe, camisa bordada, ojotas, corpiño, sombrero de paño, pullo de colores claros.

**IMAGEN N°13**  
**VESTIMENTA TIPICA MUJER**



Fuente: Municipalidad Distrital de Sibayo

### **3.8.2.2. Folklore:**

- Huayra: baile al viento, en fiestas patronales
- Intiquilla: baile en honor al sol y la luna
- Wayllacha. Baile en matrimonios y fiestas patronales
- Carnavales: se baila y con canticos a la soltería.
- Witite: baile de enamoramiento.

## **3.9. RECURSOS NATURALES Y CULTURALES:**

A continuación se dará a conocer los recursos turísticos del distrito de Sibayo:

### **3.9.1. RECURSOS CULTURALES**

- Pueblo de Sibayo
- Templo de San Juan Bautista
- Complejo Funerario de Amaytera
- Ciudadela de Paraccra
- Casa Cural
- Chullpas de Huañaccascca
- Fiesta de San Juan
- Wititi

### **3.9.2. RECURSOS NATURALES**

- Río Colca
- Agua Termal Qollpa Pampa (Pampa Con Salitre)
- Arco Punko - Pashna Pacana
- Catarata del Diablo
- Cerro Paraccra
- Laguna de Chungara

### 3.10. TURISMO EN SIBAYO

#### 3.10.1. Antecedentes

El inicio del trabajo turístico en Sibayo no fue una tarea fácil, ya que inicialmente la población local rechazaba a los turistas “pensando que traerían enfermedades y robarían a los niños”. Los mismos integrantes de ASETUR no estaban convencidos de la viabilidad y el potencial de negocios de esta actividad, señalando que esa actitud cambió desde que participaron en el Congreso de Turismo, organizado por la Universidad Católica de Arequipa, el cual “nos cambió de esos pensamientos negativos y decidimos conservar las casas antiguas... apoyados por los Alcaldes...”

Las condiciones iniciales del turismo en Sibayo se inicia en los años 1975 a 1995 etapa donde se empiezan a migrar a las afueras del pueblo para iniciar con sus negocios, en 1996 el pueblo de Sibayo es declarado por el INC como patrimonio cultural de la nación Sibayo emprendió el proceso de estimulación de las construcciones tradicionales e impidiendo las estructuras de 2 pisos y los techos de calamina, en el 2000 enfrenta una serie de dificultades con el deficiente aprovechamiento de los recursos naturales escaso conocimiento y capacidad para la producción y transformación de la fibra de alpaca, reducida competitividad de los productos y bajos rendimientos productivos.

En el 2006 existían escasos servicios de alojamiento

*“llegaban buses turísticos solo de pasada , los turistas bajaban a dar una vuelta por la plaza, la iglesia y las casas de piedra que se encontraban, luego se iban, pero las personas entrevistadas están muy interesadas en participar en la actividad turística, pero no saben por dónde empezar, los artesanos son los que tiene más contacto con los turistas a pesar que no entienden la palabra turista apenas pasan los buses y ellos sacan sus artesanías dentro de los servicio de alojamiento encontramos un hospedaje llamado Jessy el cual posee 4 camas y servicio muy precario. Respecto a la alimentación cuenta con dos establecimientos de expendido de alimento que pueden ser adaptables*

*para la atención al turista*". (Faviana Deglare Salaverry; Davi Manuel Salazar Talaver. 2000)

En este contexto que en el 2001 la ONG coordinadora Rural inicia su participación en el distrito con el objetivo de diversificar las actividades económicas y lograr el desarrollo sostenible del distrito impulsando al gobierno local para que este tome el liderazgo en esta iniciativa.

El entonces alcalde Sr. Leonidas Samayani Supo que convencido decidió dar el inicio de la propuesta pero lamentablemente se enfrentó con el rechazo de la población ya que la población está acostumbrada a sus actividades tradicionales con el cambio de gobierno y con un nuevo representante el Sr. Rodolfo Sarayasi Samayani quien se sumó y apoyo a este proceso junto con la coordinadora Rural y la ONG Acción Social y Desarrollo (ASDE) y así se incluyó la actividad turística en el plan de desarrollo concertado distrital enero del 2005.

Según refiere el ex alcalde de Sibayo:

"Esto del turismo ya no era novedad porque el cañón ya tenía bastante afluencia en turismo la parte de abajo y se sabía que esto traía ingreso a las familias aunque no a todos pero al menos a los hoteles y restaurantes además de alguna forma la gente vendía sus artesanías, entonces nosotros con la ayuda de la Coordinadora Rural hemos hecho el plan estratégico antes de ser yo alcalde, teníamos ejes de desarrollo allí también estaba considerado el turismo pero estaba considerado en papel y siempre se hablaba del turismo que es una alternativa que trae fuentes de trabajo pero nunca lo habíamos plasmado por varios motivos, porque faltaba interés y porque no sabíamos cómo hacerlo, como comenzar, porque Sibayo tiene muchos lugares turísticos muy bonitos, entonces yo entro al cargo como alcalde e igual mis dos primeros años los pase hablando de turismo que es una forma de generar ingreso para la población, pero se estaba quedando en palabras finalmente decidimos que esto no podía quedarse así, pero no sabíamos cómo empezar a trabajar no teníamos idea, sabíamos que teníamos ruinas que el pueblo de Sibayo era muy bonito con diferentes lugares turísticos, aguas



termales, etc. Pero en realidad no sabíamos cómo comenzar” (Entrevista al Ex Alcalde Sr. Adolfo Sarayasi Samayani, periodo 2003-2006)

Ya para el 2006 se reúne un equipo de trabajo integrado por el gobierno local, ONGs (LA COORDINADORA RURAL, ASDE, INC, AUTOCOLCA) y la población local para elaborar la propuesta:

“Decidimos con el consejo municipal agrupar y convocar una reunión en las oficinas de una ONG ASDE invitamos a Coordinadora Rural, con la que teníamos bastante acercamiento y que nos tenía apoyando en diferentes aspectos como los planes estratégicos invitamos a Sierra Sur, a un representante del INC, ASDE, AUTOCOLCA y otros organismos para ver como podíamos trabajar y finalmente en esa reunión se tomó acuerdos, se cronograma actividades y se nombró responsables, a raíz de la reunión se contactó AECI en Lima, a propuesta también de AESI en AUTOCOLCA en la cual se planteó hacer casas hospedaje en Sibayo y se firmó el convenio, finalmente no se pudo lograr la construcción en mi gestión pero si se ha hecho” (Entrevista al Ex Alcalde Sr. Adolfo Sarayasi Samayani, periodo 2003-2006).

La universidad Nacional de San Agustín hizo las coordinaciones con el gobierno local para que en septiembre del 2006 el distrito fuera visitados por los participantes del congreso nacional de estudiantes de antropología CONEAN hecho que permitió a los pobladores tener una primera experiencia en practicar el turismo rural, para esto se conformó una Asociación de servicios turísticos Rumillacta ASETUR. Quienes ha logrado contactar con las agencias de viaje e Arequipa y de cuzco (MARAVILLAS PERUANAS, KANTATIRY TOURS, CHASKIVENTURA).

En este contexto se puede mencionar que *“(...) en el año 2007 Sibayo fue elegido para el desarrollo de un programa piloto para impulsar el desarrollo de actividades turísticas con inclusión de la población rural y así dar inicio al Turismo Rural Comunitario en el Valle del Colca, esta incursión tuvo el apoyo de diferentes entidades como la Municipalidad Distrital, ONGs, Cooperación extranjera entre otros.”* (Rodríguez Rojas, Gabriela. 2009)

Inicialmente la asociación se constituyó con cerca de 70 socios, la gente se inscribía porque pensaban que iban a regalar algo pero cuando Sierra Sur pidió la contrapartida económica, se retiraron...y quedaron treinta y cuatro y para el año 2013 fueron 25 socios donde 12 participaban en casas vivenciales.

Esta oportunidad y sus desafíos, fueron tomados el año 2011, por un grupo de ocho jóvenes, aprovechando un concurso de planes de negocios cofinanciado e impulsado por el Municipio, formando la Asociación de Turismo de Aventura (ASTUAR), con una oferta de servicios complementarios a ASETUR, caminatas guiadas, canotaje y ciclismo, entre los más importantes.

ASTUAR, se inició ofreciendo caminatas guiadas por senderos de circulación, habituales y tradicionales desde hace siglos, de los habitantes de las comunidades. Uno de ellos, con demanda creciente, es una caminata con turistas, acompañados de llamas de carga, por antiguos caminos utilizados por sus ancestros para actividades de intercambio de productos con Chivay, Cabanaconde o el Cusco. El equipo usado se basa en el mismo que era utilizado por los antiguos arrieros: monturas tejidas con lana de alpaca, lazos de cuero de llamas, con caminatas de más de 15 días desde Sibayo a Cusco, ida y regreso.

Últimamente, la oferta incluye descensos en canotaje en un sector del río Colca, en las inmediaciones de Sibayo y ciclismo.

### 3.10.2. Situación actual

**IMAGEN N° 14**  
**SEÑORAS QUE OFRECEN TURISMO VIVENCIAL**



Fuente: elaboración propia, noviembre 2015.

#### 3.10.2.1. Casas vivenciales

Existen distintas formas de alojamiento y de turismo que se convierten en el lugar que buscan los turistas cuando quieren realizar una escapada. Muchos turistas eligen una casa rural como destino de vacaciones o como lugar indicado para disfrutar de un fin de semana. Existen distintos tipos de alojamientos turísticos: hoteles, hostales, apartamentos, pisos de alquiler, camping y también, casas rurales. Casas que están situadas en entornos rurales como indica su propio nombre y, por tanto, están situadas en un entorno natural que inspira paz, silencio y tranquilidad. Esto es lo que nos ofrece Sibayo estando las casas divididas en 4 ambientes

- Dormitorio
- Cocina
- Baño
- Patio

Son actualmente 20 socios que trabajan en el tema turístico de los cuales 8 casas vivenciales acondicionadas para prestar el servicio de alojamiento.

**CUADRO N° 21**  
**CASAS VIVENCIALES**

TIPO DE ALOJAMIENTO	DUEÑO Y/O RESPONSABLE
CASAS VIVENCIALES	Nieves Cutipa
	Benita Picha
	Julia Picha
	Nila Picha
	Edubiges Supo
	Ruth Supo
	Gomercinda Supo
	Nohemy Samayani

Fuente: Elaboración Propia, Noviembre del 2015

**CUADRO N° 22**  
**CONDICIONES ACTUALES DEL ALOJAMIENTO RURAL**

ESTANDAR GENERAL	CARACTERISTICAS
CARACTERISTICAS CONSTRUCTIVAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Construcción a base de piedra, barro y adobe, muros de piedra cara vista emboquillado con aditivos impermeabilizantes.</li> <li>✓ Paredes con grosor de 40 a 60 cm.</li> <li>✓ Techo soportado sobre madera de eucalipto y cubierta de paja, algunos revestidos con saquillo interiormente.</li> <li>✓ Pisos de cemento y de tierra arcillosa apisonada</li> <li>✓ Ventanas rectangulares con vista al paisaje</li> </ul>
TAMAÑO MINIMO	✓ Cuarto entre 4x3 m <sup>2</sup>
CAMAS	✓ Camas individuales de 1 plaza con bases de barro o sobre tarimas
COLCHON	✓ Colchones de espuma enfundada en tela de

	tamaño adecuado a la cama y 01 almohada por cama.
<b>MOBILIARIO</b>	✓ Sillas, mesas, veladores de barro y elemento de decoración que le dan un concepto tradicional como: llicllas, pinturas en la pared, accesorios tradicionales, tejidos, etc.
<b>BLANCOS POR CAMA</b>	✓ Más de 01 juego completo por sabanas, 04 frazadas, 01 cubrecama tejido o bordado artesanalmente de la zona, funda con almohada con bordado típico.
<b>BAÑO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Baño 2,5 m<sup>2</sup></li> <li>✓ Baños con muros de piedra y acabados en piedra laja con techos soportados sobre madera de eucalipto, cubierta de paja y pisos de tierra arcillosa apisonada.</li> </ul>
<b>REDES DE SERVICIO</b>	✓ Agua potable y conexión de desagüe en la casa.
<b>ILUMINACION</b>	✓ Punto de luz eléctrica central en la habitación.
<b>ESPACIOS COMUNES</b>	✓ 1 patio común, 1 cocina donde se sirven los alimentos.
<b>ACCESO</b>	✓ Acceso independiente para el turista al área destinada a su alojamiento.

Fuente: Diagnostico de la cadena de valor turística en la experiencia de turismo rural comunitario del distrito de Sibayo, provincia de Caylloma, 2008.

**IMAGEN N°15**  
**EXTERIOR E INTERIOR DE UNA CASA VIVENCIAL**



Fuente: Elaboración propia, noviembre del 2015.

**3.10.2.2. Alimentación**

Sibayo tiene una variedad gastronómica basada en los productos orgánicos, aquellos que con su cultivo no utilizan fertilizantes ni productos químicos, pero también es indispensable que se manejen estándares de calidad en la selección, manipulación, elaboración, y presentación de los alimentos. La cocina de cada casa vivencial presenta la siguiente infraestructura:

**CUADRO N° 23**  
**CARACTERISTICAS DEL TIPO DE COCINA**

<b>TIPO DE COCINA</b>	✓ Cocinas a leña y gas
<b>CARACTERISTICAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Construcción a base de piedra, barro y adobe.</li> <li>✓ Paredes con un grosor de 40 a 60cm</li> <li>✓ Techo soportado sobre madera de eucalipto y cubierta de paja.</li> <li>✓ Piso de tierra arcillosa apisonada</li> <li>✓ Ventanas rectangulares</li> </ul>
<b>TAMAÑO</b>	✓ 3m <sup>2</sup>
<b>CAPACIDAD</b>	✓ Más de 5 personas
<b>MOBILIARIO</b>	✓ Patillas de barro, madera, sillas mesas, repisas, floreros.
<b>REDES DE SERVICIO</b>	✓ Agua potable
<b>ILUMINACION</b>	✓ Punto de luz eléctrico

Fuente: Diagnostico de la cadena de valor turística en la experiencia de turismo rural comunitario del distrito de Sibayo, provincia de Caylloma, 2008

Actualmente la alimentación del menú consta de desayuno, almuerzo y cena, dependiendo del tiempo que los turistas pernocten en Sibayo; Las pobladoras se han distribuido la presentación de la alimentación el desayuno y cena está a cargo de cada casa vivencial y el almuerzo lo elaboran pobladoras del distrito que dependiendo la cantidad de turistas.

Son 4 las señoras que participan:

<b>ALIMENTACION</b>
<b>Neli Mamani (Persona Encargada)</b>
<b>Carolina Areas</b>
<b>Marcia Mamani</b>
<b>Rosita Cutipa</b>

Estos deliciosos platos que se ofrecen son los siguientes:

**CUADRO N° 24**  
**TIPOS DE COMIDA**

COMIDA	SOPA	SEGUNDO	BEBIDAS
<b>DESAYUNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chuño con queso</li> <li>- Torreja de quinua</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mate de coca</li> <li>- Mate chachacoma</li> <li>- Mate de manzanilla</li> <li>- Mate de hierba luisa</li> <li>- Café</li> </ul>
<b>ALMUERZO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sopa de quinua</li> <li>- Sopa de maíz</li> <li>- Sopa de chuño</li> <li>- Sopa de chochoca</li> <li>- Sopa de habas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bistec de alpaca</li> <li>- Trucha con chuño y ensalada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mate de coca</li> <li>- Mate chachacoma</li> <li>- Mate de manzanilla</li> <li>- Mate de hierba luisa</li> <li>- Café</li> </ul>
<b>CENA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sopa a la minuta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tortilla de verduras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mate de coca</li> <li>- Mate chachacoma</li> <li>- Mate de manzanilla</li> <li>- Mate de hierba luisa</li> <li>- café</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, noviembre del 2015.



**IMAGEN N° 16**  
**ALMUERZO TIPICO CASA VIVENCIAL**



Fuente: elaboración propia, noviembre 2015

### **3.10.2.3. Actividades turísticas**

Las actividades que actualmente se realizan en el distrito para los turistas son las siguientes:

- Bienvenida con chasqui  
Sr. Adencio
- Paseo al puente colgante con llamas cargueras  

---

**Sr. Adencio**  

---

**Sr. Benito**  

---
- Paseo al río
- Paseo al momio Juanito

- Enseñanza de tejidos en el Ecomuseo

Martha Sarayasi

- Alquiler de ropa Típica
- Presentación de músicos
- 

---

**Eloy Sarayasi**

---

**Eusebio Choque**

---

**Tito Cutipa**

---

- Fogata
- Canotaje en rio Sibayo

---

**Hugo Huaracha**

---

**Fidel Picha**

---

El producto turístico que venden es el que describo a continuación de un paquete de 2D y 1N.

Se recibe a los turistas en el arco del pueblo con un saludo en quechua por parte del Chasqui a partir de las 2 pm. El Chasqui llega junto con el grupo a la plaza la cual todas las familias que participarán los reciben con una bienvenida muy fraternal, se les distribuye dependiendo la cantidad de turistas que abordan y son llevados a su casa con su respectiva familia. Cada grupo de turistas almuerza con su familia y luego son reunidos en la plaza para visitar al momio Juanito y el puente colgante junto con las llamas cargueras, de regreso al pueblo son llevados al Ecomuseo para que puedan observar todo el tratamiento de la fibra de alpaca. Ya en la noche cada grupo cena con su familia, ofrecen en alquiler sus vestimentas típicas para ir a la fogata con música en vivo ofreciéndoles una bebida típica. Ya al día siguiente toman desayuno y cada familia se despiden esperando que regresen pronto.

**IMAGEN N° 17**  
**TURISTAS EN LA PLAZA DE SIBAYO Y PUENTE COLGANTE**



Fuente: elaboración propia, noviembre 2015

**IMAGEN N° 18**  
**TEMPLO DE SAN JUAN BAUTISTA Y PLAZA DE SIBAYO**



Fuente: elaboración propia, noviembre 2015



**IMAGEN N° 19**  
**ECOMUSEO**



Fuente: elaboración propia, noviembre 2015

**IMAGEN N° 20**  
**GRUPO MUSICAL**



Fuente: elaboración propia, noviembre 2015

### **3.10.2.4. Otras alternativas de turismo**

#### **RAFTING EN RIO SIBAYO**

8:45 de la mañana. Visita Sibayo y luego se dirige a la zona llamada Amaytera. Luego hacia el río, lugar de embarque, para asistir a la explicación de la guía con información sobre técnicas y de seguridad para esta actividad a más de 3850 metros, con algunos rápidos (I, II) la temperatura media del río 5 - 6 grados centígrados. En el supuesto que vamos a encontrar una gran variedad de aves en las orillas del río en su hábitat natural.

#### **RECOMENDACIONES PARA REALIZAR**

- Protector solar
- Gafas de sol
- La ropa adecuada para el río
- Sandalias / toalla
- Cambio de ropa

#### **PESCA**

La trucha es una especie que abunda en el río Colca en determinadas temporadas es por ello que se propicia este recurso para aprovechar en realizar la pesca artesanal como actividad que involucre al turista.

- Bicicleta de montaña
- Observación de la naturaleza
- Estudio de flora y fauna
- Avistamiento de aves
- Sendas botánicas
- Senderismo

**IMAGEN N°21**

**PESCA ARTESANAL RIO SIBAYO**



Fuente: elaboración propia, noviembre 2015

**IMAGEN N°22**

**DESPEDIDA DEL TOUR EN SIBAYO**



Fuente: elaboración propia, noviembre 2015

---

## **CAPITULO IV**

---

### **ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS**

---

#### 4.1. DATOS GENERALES DE LOS EMPRENDEDORES

La encuesta ha sido efectuada a todos los prestadores de servicios turísticos del Distrito de Sibayo de Caylloma. Los encuestados son personas asociadas e independientes.

##### 4.1.1. Sexo de los encuestados

En el cuadro N° 25, se muestra el porcentaje de la población encuestada según el sexo, el mayor porcentaje lo tiene el sexo femenino con un total de 60% y el menor porcentaje es el de varones con un total de 40%. Puede notarse en este cuadro que la mayor participación y presencia en el emprendimiento de Turismo Rural Comunitario involucra a mujeres las cuales con su participación complementan la economía familiar a través del turismo. En las entrevistas realizadas se pudo notar el interés de las mujeres por recibir en sus viviendas a sus visitantes nacionales y extranjeros.

La participación de los varones en turismo es menor debido a que su ingreso económico principal se deriva de otras actividades como la agricultura, ganadería, el comercio, entre otras, pero cumplen una función sustancial en el apoyo a sus esposas ya que aportan con una serie de ideas innovadoras al desarrollo de la propuesta de este nuevo emprendimiento turístico.

**CUADRO N° 25**  
**SEXO DE LOS ENCUESTADOS**

SEXO	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	8	40%
Femenino	12	60%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016





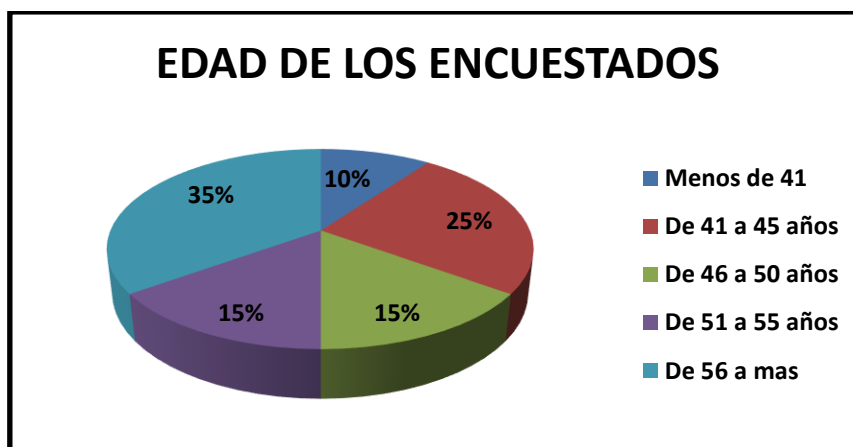
#### 4.1.2.- Edad de los encuestados.

Como puede notarse en el cuadro N° 26. Las edades de la población encuestada van de 45 años a más con un total de 90%, en tanto que solo el 10% de los emprendedores tienen una edad menor de 41 años. Podemos deducir que esto se debe, a partir de la entrevista que los jóvenes residen de manera permanente en la ciudad de Arequipa, siendo el motivo principal la mejora de la calidad de vida, mejores ingresos económicos y la educación superior que pueden recibir en la ciudad. Tomando en consideración estos resultados se debe trabajar arduamente en el tema de migraciones de los jóvenes sometiéndolos a procesos de sensibilización y capacitación en actividades que se inclinen en apostar por su distrito y apoyar más activamente en la actividad turística ya que con el pasar de los años este emprendimiento turístico puede ir perdiendo fuerzas y desaparecer.

**CUADRO N° 26  
EDAD DE LOS ENCUESTADOS**

EDAD	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 41	2	10%
De 41 a 45 años	5	25%
De 46 a 50 años	3	15%
De 51 a 55 años	3	15%
De 56 a mas	7	35%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



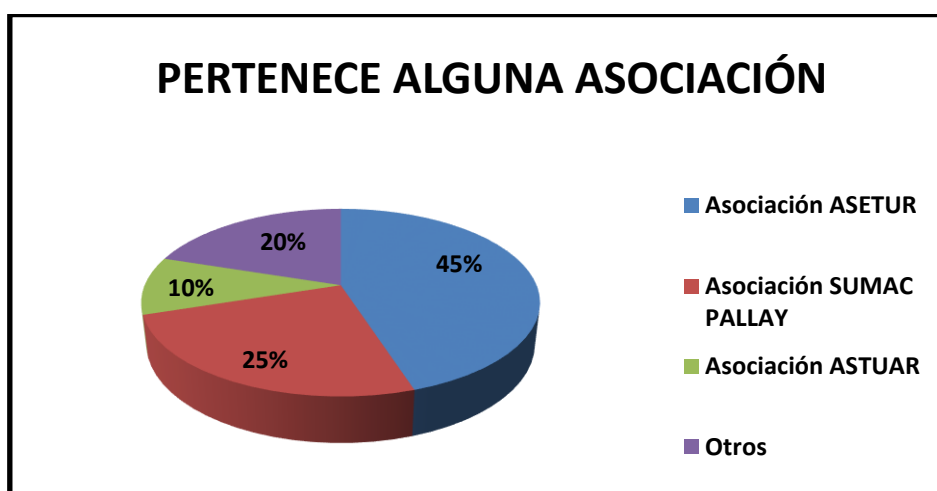
#### 4.1.3. Pertenece a alguna asociación

Actualmente el distrito de Sibayo en el tema Turístico cuenta con tres asociaciones siendo el mayor porcentaje ASETUR con un 45%, aquí se encuentran todos los emprendedores que trabajan en las casas vivenciales. SUMAC PALLAY que es la asociación de artesanos de Sibayo con un 25% ya que algunos socios de ASETUR pertenecen a más de una asociación pero su participación es más activa en Turismo. ASTUAR con un 10%, aquí se encuentran los jóvenes dedicados al turismo de aventura como canotaje y su participación solo se da cuando se requiere de sus servicios. La creación de estas asociaciones les permite tener una mejor coordinación de las actividades y a su vez ellos motivan a sus socios a participar y organizarse en cualquier actividad turística con el fin de beneficiarse. Finalmente el 20% de los encuestados pertenecen a otras asociaciones pero participan directamente del desarrollo turístico de su distrito tenemos el caso de los chasquis y quienes realizan el paseo acompañados de llamas cargueras. Merece especial atención la reducción de la participación en el turismo por parte de la población local ya que en el trabajo de Karla Cabello y Sergio Calderón “Análisis de los Aspectos Socio Organizativos de la Experiencia de Turismo Rural Comunitario del Distrito de Sibayo, Provincia de Caylloma, 2011.”, nos da como resultado la participación de 35 emprendedores en la actividad turística y actualmente solo se cuenta con 20 emprendedores.

**CUADRO N° 27**  
**PERTENECE ALGUNA ASOCIACIÓN**

Asociación	Frecuencia	Porcentaje
Asociación ASETUR	9	45%
Asociación SUMAC PALLAY	5	25%
Asociación ASTUAR	2	10%
Otros	4	20%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia 2016



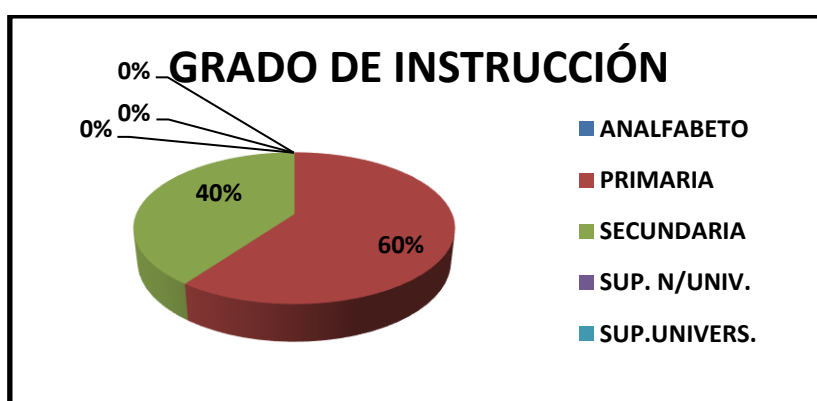
#### 4.1.4. Grado de instrucción

El cuadro N° 28 nos presenta emprendedores turísticos con un grado de instrucción compartido entre estudios primarios y secundarios concluidos, siendo el de mayor porcentaje el de primaria con un 60% y de secundaria con un 40%. Estos resultados nos indican un grado de instrucción bajo y esto se debe a que son personas mayores y como una consecuencia desfavorable de esto puede repercutir en el desarrollo de la actividad turística del lugar.

**CUADRO N° 28**  
**GRADO DE INSTRUCCIÓN**

SEXO	Frecuencia	Porcentaje
ANALFABETO ( )	0	0%
PRIMARIA ( )	12	60%
SECUNDARIA ( )	8	40%
SUP. N/UNIV. ( )	0	0%
SUP.UNIVERS. ( )	0	0%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Elaboración propia 2016*



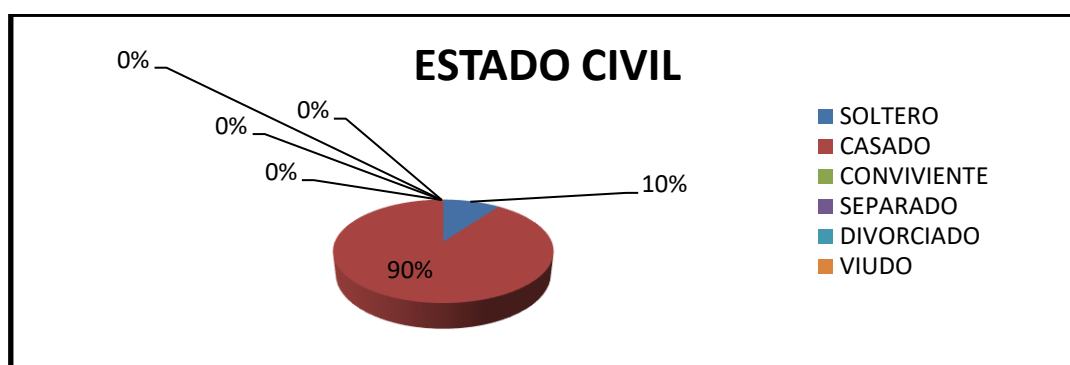
#### **4.1.5. Estado civil**

Como podemos apreciar en el cuadro N° 29, el 90% de los emprendedores turísticos presentan el estado civil de casado, en tanto que solo el 10% son solteros. Se puede deducir en base a estos resultados que la participación en el TRC involucra a toda la familia quienes contribuyen con ideas innovadoras para el buen funcionamiento de esta actividad. En nuestra visita al distrito se pudo observar la fuerte participación de la población en las actividades religiosas como la celebración de las misas los días domingo y festividades patronales. Por otro lado los solteros son principalmente jóvenes dedicados a las actividades turísticas de aventura como el canotaje.

**CUADRO N° 29  
ESTADO CIVIL**

ESTADO CIVIL	Frecuencia	Porcentaje
SOLTERO	2	10%
CASADO	18	90%
CONVIVIENTE	0	0%
SEPARADO	0	0%
DIVORCIADO	0	0%
VIUDO	0	0%
TOTAL	20	100%

**Fuente:** Elaboración propia 2016



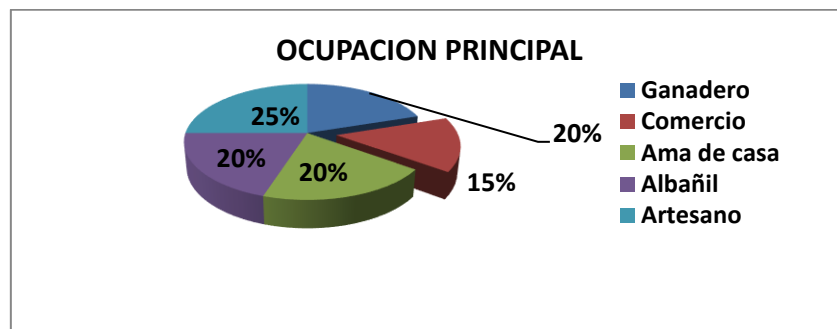
#### **4.1.6. Ocupación principal:**

En el cuadro N° 30, que corresponde a las principales actividades económicas a las que se dedica la población que trabaja en el turismo, nos da como resultado que el mayor porcentaje corresponde a artesanos con 25% por lo mismo que las mujeres son las que mayor participación tienen en la actividad turística, seguidamente de ganaderos con un 20%, Albañil 20% y ama de casa con un 20%. El menor porcentaje lo registran las personas dedicadas al comercio con un 15%, que principalmente son en tiendas en sus mismas viviendas. Este cuadro nos revela la importancia que tiene el turismo en el distrito puesto que la artesanía es una actividad íntimamente ligada al turismo.

**CUADRO N° 30  
OCUPACION PRINCIPAL**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ganadero	4	20%
Comercio	3	15%
Ama de casa	4	20%
Albañil	4	20%
Artesano	5	25%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



#### **4.1.7. Ocupación secundaria:**

Como se puede observar en el cuadro todos los encuestados nos dieron a conocer que su actividad secundaria es el turismo ya que el turismo es una actividad estacional y que durante algunos periodos del año no perciben turistas; pero cuando se organizan grupos de visita al distrito todos los pobladores participan ya sea con las casas vivenciales, los almuerzos, paseos con llamas, la bienvenida con chasquis y el eco museo donde se les explica todo el proceso de la transformación de la fibra de alpaca. Es importante que el turismo no ocupe su actividad económica principal ya que se perderían sus actividades tradicionales y por ende su identidad cultural. Los meses con mayor presencia de turistas extranjeros coinciden con la temporada alta de nuestro país, lo cual es entre Junio y Agosto.

**CUADRO N° 31  
OCUPACION SECUNDARIA**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	20	100%
TOTAL	20	100%

**Fuente:** Elaboración propia 2016



## **4.2. DATOS ECONÓMICOS DE LOS EMPRENDEDORES**

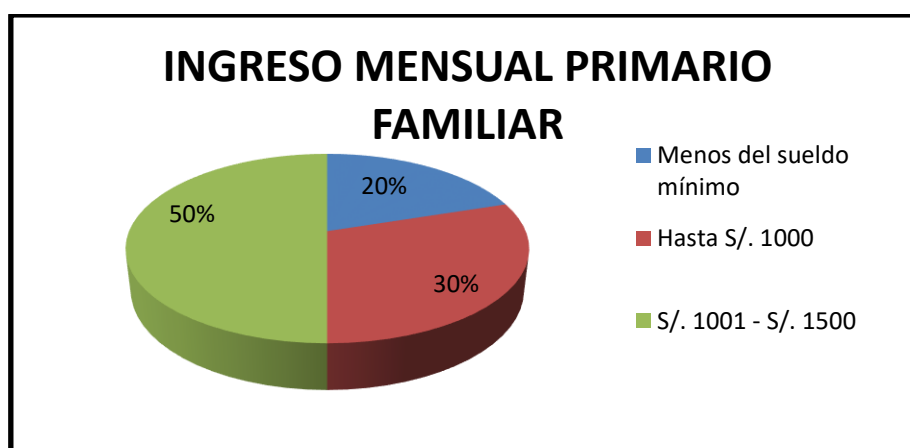
### **4.2.1. Ingreso mensual de ocupación principal**

En el cuadro N° 32 se puede apreciar que el mayor porcentaje de ingreso mensual va del sueldo mínimo hasta 1000 soles con un 50%, y el otro 30% es menos del sueldo mínimo. De estos datos podemos inferir la necesidad de complementar su economía con otras actividades que les ayude a cubrir los gastos de la canasta básica familiar. Debemos de aclarar que estos ingresos no son fijos para todos los meses, debido a que están en función a la variaciones propias de su trabajo, como por ejemplo, la esquila para la venta de la fibra, el sacrificio del ganado para la venta de la carne, entre otras.

**CUADRO N° 32**  
**INGRESO MENSUAL PRIMARIO FAMILIAR**

INGRESO	Frecuencia	Porcentaje
Menos del sueldo mínimo	6	30%
Hasta S/. 1000	10	50%
S/. 1001 - S/. 1500	4	20%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



#### 4.2.2. Ingreso mensual de ocupación secundaria

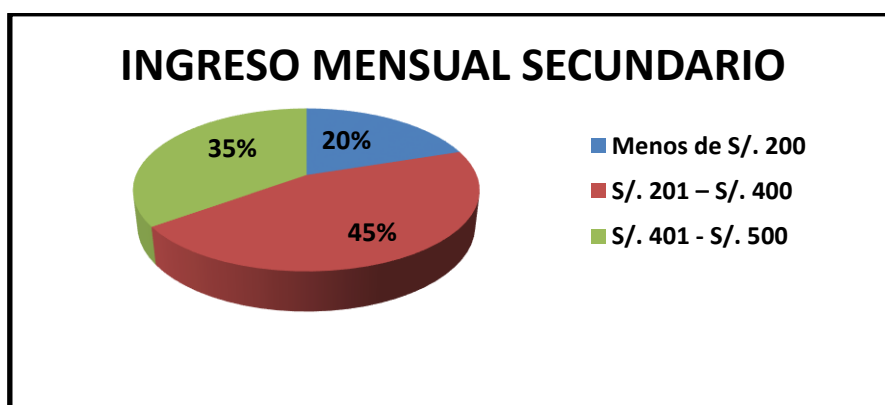
La actividad secundaria es el turismo y podemos observar en este cuadro que les genera un ingreso de 201 a 400 soles en mayor porcentaje con 45% y un 20% menos de 200 soles esto se debe como se mencionó anteriormente a que el turismo es una actividad estacional y genera ingresos solo cuando se presentan grupos numerosos de turistas que las agencias de viaje comprometidas con el desarrollo del TRC les ofrecen, esto no es una cantidad fija mensual pero si lo fuera contribuiría mucho en su economía. Actualmente son pocas las agencias que trabajan en favor de este emprendimiento local siendo estas: Cóndor Travel y Maravillas.



**CUADRO N° 33**  
**INGRESO MENSUAL SECUNDARIO**

INGRESO	Frecuencia	Porcentaje
Menos de S/. 200	4	20%
S/. 201 – S/. 400	9	45%
S/. 401 - S/. 500	7	35%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



#### 4.2.3. Actividades turísticas que han generado mayor empleo

En el cuadro N° 34 se puede determinar que las actividades de casas vivenciales (85%), centros artesanales (15%) son las más consideradas por los emprendedores como exitosas para incursionar en el turismo. Debido a que su oferta actual está orientada al turismo vivencial (pero no único); en el cual los visitantes tienen oportunidad de compartir los hábitos y costumbres con el poblador local.

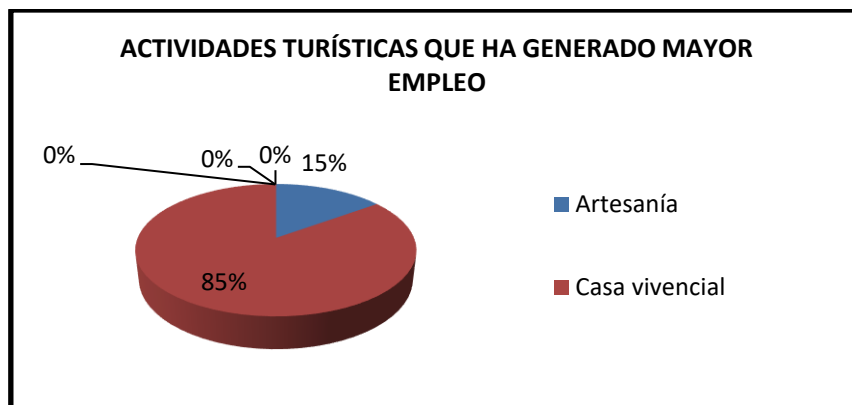
La artesanía es considerada como la segunda actividad turística; debido a que los pobladores que se dedican a esta actividad, han logrado organizarse desde hace muchos años y continuamente son capacitadas en sus tejidos, bordados y demás; esto a su vez les favorece en la venta de sus artesanías con la llegada de turistas a Sibayo por medio del turismo vivencial.

**CUADRO N° 34**

**¿Cuál de las actividades turísticas son las que han generado mayor empleo?**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
Artesanía	3	15%
Casa vivencial	17	85%
Guiado	0	0%
Restauración	0	0%
Turismo de Aventura	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



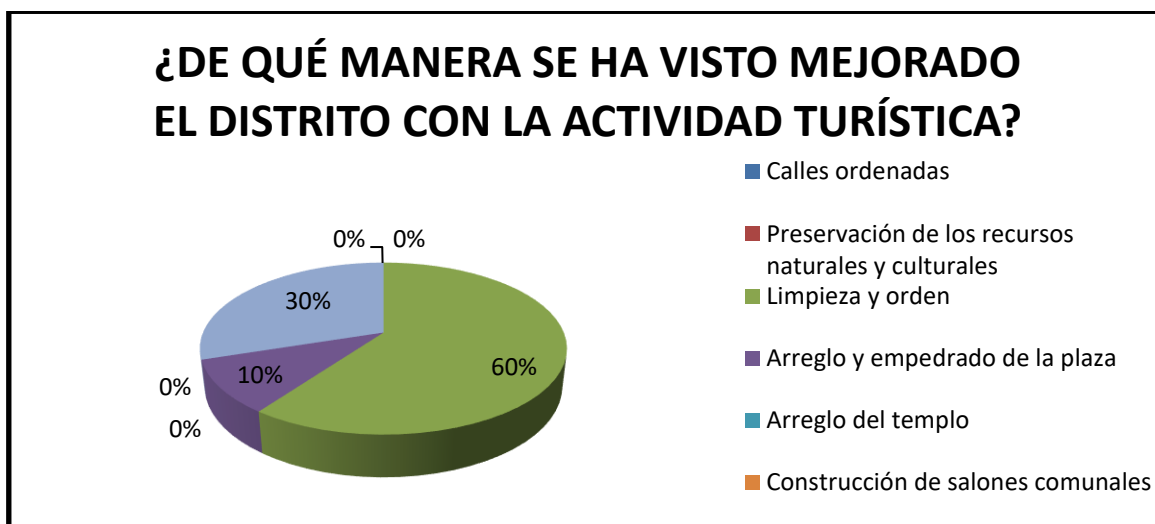
#### **4.2.4. Mejoramiento del distrito con la actividad turística**

En el cuadro N° 35 se puede determinar que el 60% de los encuestados opinaron que el cuidado de la limpieza y orden del distrito es uno de los puntos que ha mejorado en estos últimos años, debido a las constantes capacitaciones que tuvieron por parte de las diferentes organizaciones gubernamentales y no gubernamentales. Se observa también un porcentaje, que considera el arreglo y empedrado de la plaza los cuales benefician la imagen y presentación que muestra a primera vista el distrito; cabe mencionar que dichas obras de infraestructura como el empedrado y arreglo de la plaza se realizaron hace varios años atrás.

**CUADRO N° 35**  
**¿DE QUÉ MANERA SE HA VISTO MEJORADO EL DISTRITO CON LA**  
**ACTIVIDAD TURÍSTICA?**

EDAD	Frecuencia	Porcentaje
Calles ordenadas	0	0%
Preservación de los recursos naturales y culturales	0	0%
Limpieza y orden	12	60%
Arreglo y empedrado de la plaza	2	10%
Arreglo del templo	0	0%
Construcción de salones comunales	0	0%
Capacitaciones	6	30%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia 2016



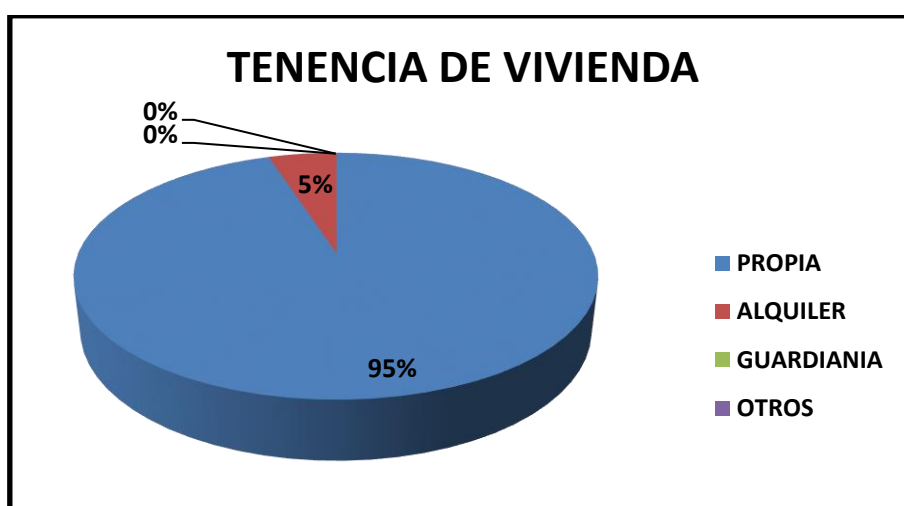
#### 4.2.5. Tenencia de vivienda

En el cuadro N° 36 se puede determinar que el 95% de los encuetados manifestaron tener vivienda propia, lo cual se debe a que la mayoría de los residentes del distrito son originarios del lugar, y solo un 5% vive en casa de alquiler la cual no es utilizada como casa vivencial para el turismo.

**CUADRO N° 36**  
**TENENCIA DE VIVIENDA**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
PROPIA	19	95%
ALQUILER	1	5%
GUARDIANIA	0	0%
OTROS	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



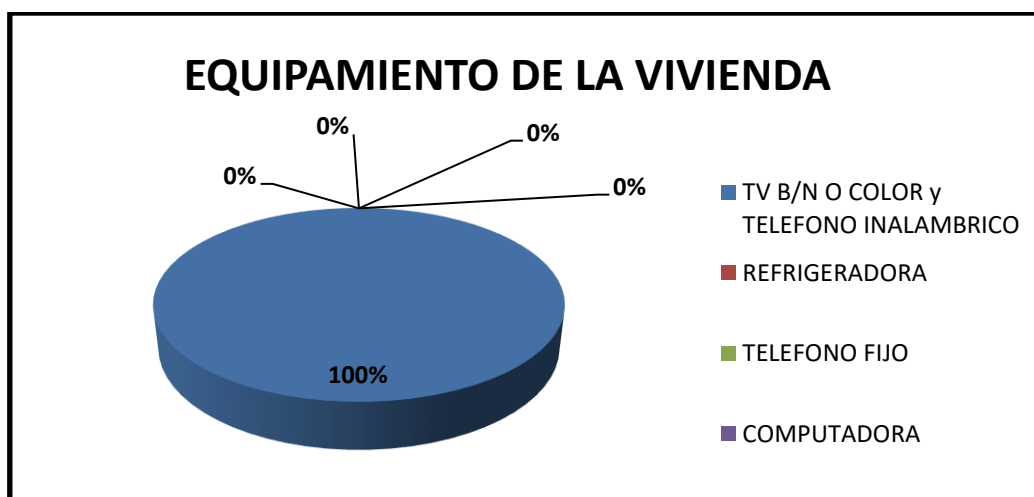
#### 4.2.6. Equipamiento de la vivienda

En el cuadro N° 37 se puede determinar que el 100% de los encuetados manifestaron tener en su vivienda tv a color o blanco/negro y teléfono inalámbrico ya que es su herramienta más importante para poder organizarse al momento de la llegada de grupos de turistas, los demás artefactos no son imprescindibles en su vida y no realizan un gasto extra para poder obtenerlos.

**CUADRO N° 37  
EQUIPAMIENTO DE LA VIVIENDA**

VARIBLE	Frecuencia	Porcentaje
TV B/N O COLOR y TELEFONO INALAMBRICO	20	100%
REFRIGERADORA	0	0%
TELEFONO FIJO	0	0%
COMPUTADORA	0	0%
AUTO PROPIO	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



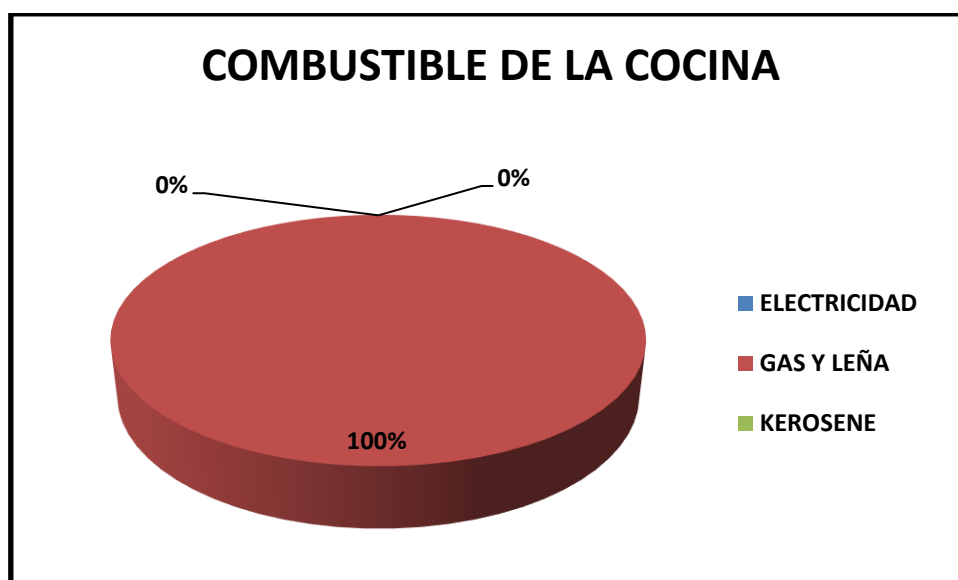
#### 4.2.7. Combustible de la cocina

En el cuadro N° 38 se puede determinar que el 100% de los encuestados manifestaron que utilizan como principal fuente de energía para la cocina el gas y la leña. El primero de los cuales es utilizado en la preparación de alimentos para los turistas, en tanto que la leña está destinado para su consumo diario. Una de las plantas locales más utilizada como combustible es la tola, asimismo se utiliza la bosta del ganado por su alto poder calorífico.

**CUADRO N° 38**  
**COMBUSTIBLE DE LA COCINA**

VARIBLE	Frecuencia	Porcentaje
ELECTRICIDAD	0	0%
GAS Y LEÑA	20	100%
KEROSENE	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



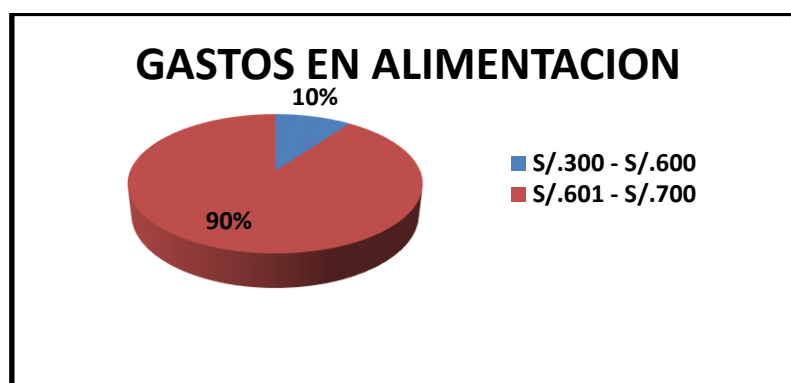
#### 4.2.8. Gastos de alimentación

En el cuadro N° 39 se puede determinar que el 90% de los encuestados manifestaron que el gasto promedio que utilizan para su alimentación es de S/.601 - S/.700 porque ellos generan sus propios alimentos (papa, habas, oca, etc.) ya que son propietarios de chacras y de ganado, como también tienen productos que almacenan después del tiempo de cosecha y que sirven para las épocas de descanso de los suelos. Otro factor que influye en el gasto reducido que realizan se debe a que los hijos son mayores y ya no residen de forma permanente en el distrito.

**CUADRO N° 39**  
**GASTOS EN ALIMENTACION**

ALIMENTACION	Frecuencia	Porcentaje
S/.300 - S/.600	2	10%
S/.601 - S/.700	18	90%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



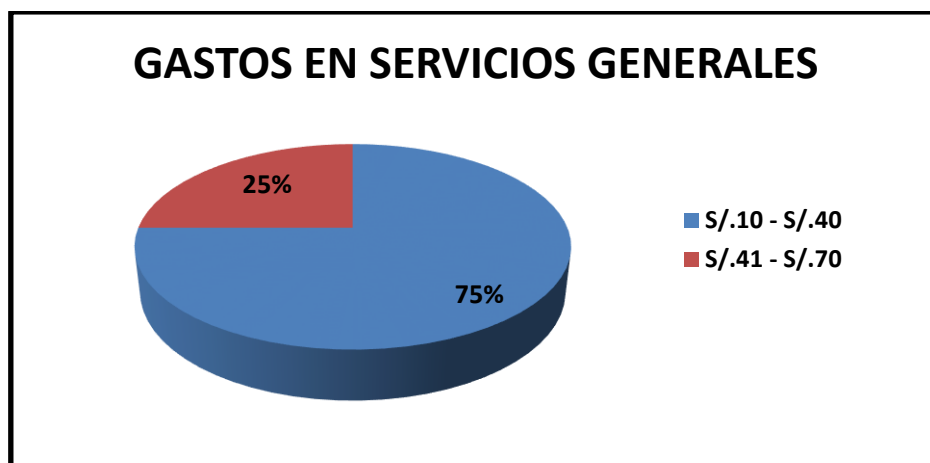
#### 4.2.9. Gastos en servicios generales

En el cuadro N° 40 se puede determinar que el 75% de los encuestados manifestaron que su gasto mensual en servicios generales (agua y luz) es de S/.10 - S/.40 ya que el pago por el servicio de agua es realizado por la Municipalidad. El costo por el servicio de luz es variable dependiendo del flujo turístico.

**CUADRO N° 40**  
**GASTOS EN SERVICIOS GENERALES**

SERVICIOS (LUZ, AGUA)	Frecuencia	Porcentaje
S/.10 - S/.40	15	75%
S/.41 - S/.70	5	25%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



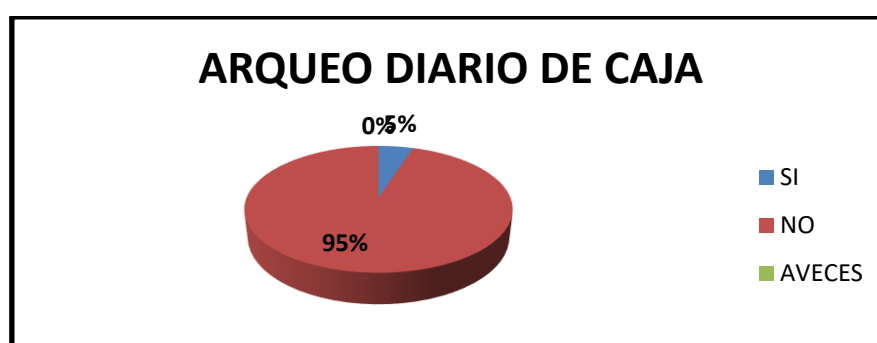
#### 4.2.10. Arqueo diario de caja

En el cuadro N° 41 se puede determinar que el 95% de los entrevistados no hacen el arqueo diario de caja de los ingresos provenientes de la actividad turística lo que nos da a entender que la población beneficiada del turismo rural no realiza una contabilidad del dinero, a pesar de haber recibido capacitaciones en esos temas en varias ocasiones.

**CUADRO N° 41**  
**¿Controla su ingreso y salida del arqueo diario de caja?**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	5%
NO	19	95%
AVECES	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016





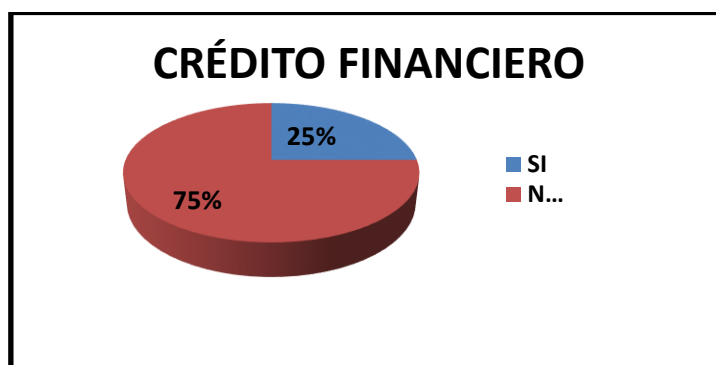
#### 4.2.11. Crédito financiero

En el cuadro N° 42 se puede determinar que si cuentan con ayuda de crédito financiero para seguir desarrollándose. Nuestros informantes afirmaron tener crédito principalmente en los siguientes bancos: BANCA FINANCIERA, CAJA AREQUIPA y BANCO DE LA NACION, asimismo el monto promedio de los préstamos asciende a 2000 soles, siendo financiados por el periodo de un año.

**CUADRO N° 42**  
**¿Cuenta con apoyo o crédito financiero para seguir desarrollando la actividad turística?**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	25%
NO	15	75%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



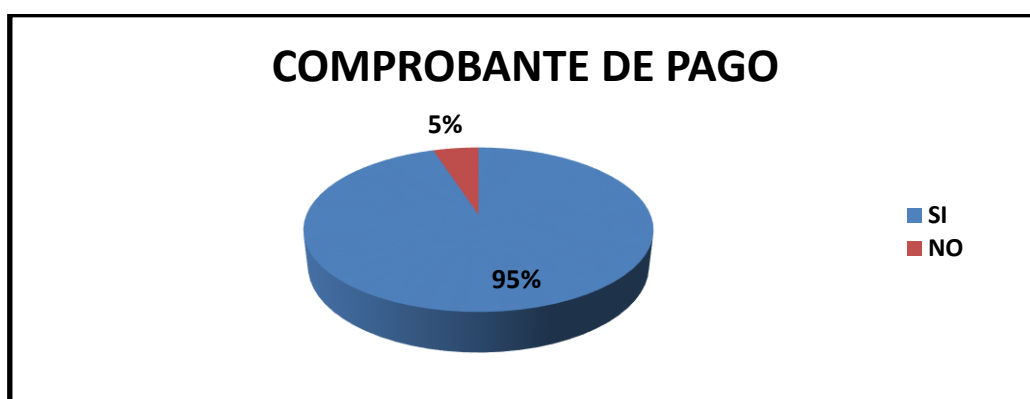
#### 4.2.12. Emisión de comprobantes de pago

En el cuadro N° 43 se puede determinar que si entregan el recibo de comprobante de pago. Estos comprobantes se le otorga al turista, agencias de viaje y/o instituciones que requieran de la prestación de sus servicios. En cuanto a los recibos por honorarios estos se emiten de forma física y no aun de manera electrónica.

**CUADRO N° 43**  
**COMPROBANTE DE PAGO**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	95%
NO	1	5%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



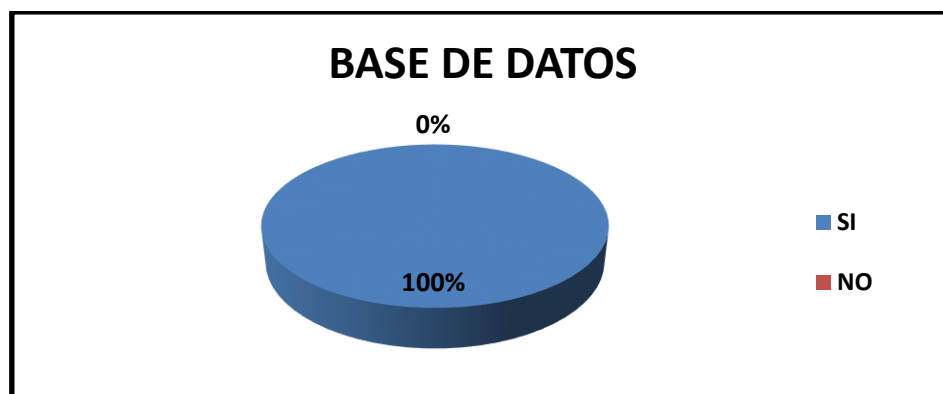
#### 4.2.13. Base de datos de los clientes

En el cuadro N° 44 se puede determinar que las señoras de las casas vivenciales si recaudan información sobre el servicio que brindan en sus establecimientos de hospedaje rural, algunas señoras de forma oral y otras registrado en un cuaderno donde se detalla nombre del pasajero, lugar de procedencia y un espacio donde dejan sus comentarios y/o acotaciones en cuanto al servicio que les brindaron, estos están tanto en castellano como en inglés.

**CUADRO N° 44**  
**Cuentan con una base de datos sobre información de sus clientes**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



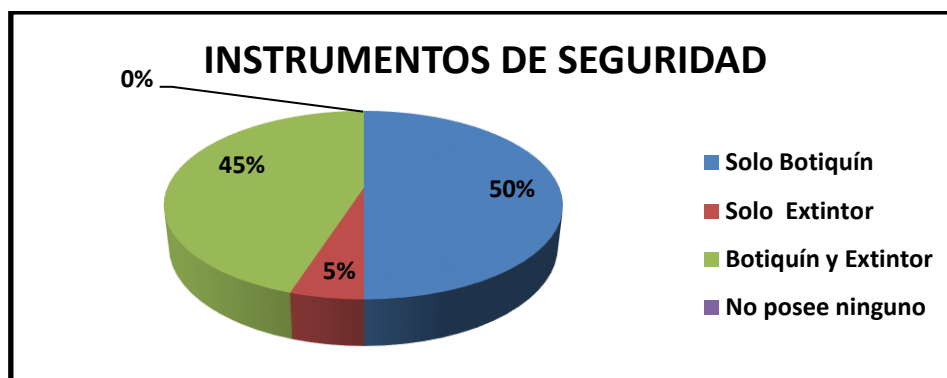
#### 4.2.14. Instrumentos de Seguridad

En el cuadro N° 45 se puede determinar que las casas vivenciales se encuentran equipadas con materiales básicos de seguridad si ocurriera algún accidente y/o desastre natural, especialmente con botiquines y extintores. Los pobladores también cuentan con hierbas curativas si algún turista sufriera de alguna dolencia en el tiempo de su estadía en la localidad. Es importante añadir que en el centro poblado existe una posta médica que brinda atención permanente en caso de producirse algún inconveniente en la salud del turista y/o poblador.

**CUADRO N° 45**  
**Cuentan con instrumentos de seguridad**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
Solo Botiquín	10	50%
Solo Extintor	1	5%
Botiquín y Extintor	9	45%
No posee ninguno	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia 2016



#### 4.2.15. Promoción y publicidad de sus servicios

En el cuadro N° 46 se puede observar que el 100% de nuestros encuestados si realizan actividades de promoción y publicidad, a través de su participación en ferias, congresos tanto en la provincia como en la ciudad de Arequipa. En la parte publicitaria existe un local de información al turista, este se encuentra ubicado en la plaza principal del pueblo en la cual se distribuye a los visitantes variedad de folletos que muestran el potencial turístico del distrito. Este material publicitario cuenta con los enlaces telefónicos para realizar reservas y pedir información.

**CUADRO N° 46**  
**Realiza promoción y publicidad de sus servicios**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



#### 4.3. DATOS GENERALES DE LA POBLACIÓN QUE NO PARTICIPA DEL TURISMO

**CUADRO N° 47**  
**DATOS GENERALES**

VARIABLE	CATEGORÍA	NUMERO	PORCENTAJE
SEXO	Femenino	51	61%
	Masculino	33	39%
EDAD	18-29 años	7	8%
	30-44 años	31	37%
	45-64 años	42	50%
	65 a más	4	5%
ESTADO CIVIL	Soltero	5	6%
	Casado	59	70%
	Conviviente	12	14%
	Divorciado	4	5%
	Viudo	4	5%
NIVEL DE ESTUDIOS	Analfabeto	2	2%
	Primaria	48	57%
	Secundaria	28	34%
	Sup. No/universitario	4	5%
	Sup. Universitario	2	2%
SECTOR EN EL QUE TRABAJA	Desempleado	0	0%
	Trabajador Independiente	64	76%
	Trabajador Dependiente	9	11%
	Jubilado	0	0%
	Estudiante	1	1%
	Ama de casa	10	12%
	Desempleado	0	0%

Fuente: Elaboración propia 2016

Como se aprecia en el cuadro sobre los datos personales de los encuestados, tenemos que los mayores porcentajes corresponden a:

El 61% de los informantes son de sexo femenino. El 50% oscilan entre los 45-64 años. El 70% son casados. El 91% tienen estudios ya sea de primaria o secundaria. El 76% son trabajadores independientes (Comercio, transporte, agricultores, etc.)

#### **4.3.1.- El turismo como fuente de inversiones y desarrollo**

Se puede observar en el cuadro que un alto porcentaje de encuestados consideran al turismo como un generador de desarrollo ya que han observado cómo ha ido mejorando el distrito en el tema de infraestructura, la pavimentación de calzada, construcción de veredas y colocación de canto rodado en algunas calles de la localidad.

**CUADRO N° 48**  
**¿CREE USTED QUE EL TURISMO ATRAE MÁS INVERSIONES Y GENERA MÁS DESARROLLO EN EL DISTRITO?**

<b>VARIABLE</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	79	94%
NO	3	4%
NO SABE/ NO OPINA	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia 2016

#### 4.3.2.- El turismo como fuente de empleo

Se puede observar en el cuadro que el 71% de encuestados consideran al turismo como un generador de empleo ya que varios de sus vecinos les comentaron que tienen actualmente sus negocios de comida y varios de sus hijos y familiares trabajan con turistas. Asimismo los encuestados manifestaron que gracias al turismo hay una mayor demanda de las artesanías que se producen en el lugar.

**CUADRO N° 49**  
**¿CREE USTED QUE EL TURISMO HA GENERADO MÁS OPORTUNIDADES DE EMPLEO?**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
SI	60	71%
NO	21	25%
NO SABE/ NO OPINA	3	4%
TOTAL	84	100%

Fuente: Elaboración propia 2016

#### 4.3.3.- El turismo como fuente económica importante

Se puede observar en el cuadro que el 77% de encuestados consideran al turismo como una fuente económica importante sobre todo cuando llegan mayor cantidad de turistas porque realizan diferentes gastos (alimentación, hospedaje, compra de artesanías, etc.). Sin embargo también manifestaron que el turismo no es la actividad económica principal, pero que si aporta al desarrollo de su distrito.

**CUADRO N° 50**  
**¿CONSIDERA USTED AL TURISMO COMO UNA FUENTE ECONÓMICA IMPORTANTE EN EL DISTRITO?**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
SI	65	77%
NO	16	19%
NO SABE/ NO OPINA	3	4%
TOTAL	84	100%

Fuente: Elaboración propia 2016

#### 4.3.4.- Inversión y turismo

Se puede observar en el cuadro que un 55% de encuestados consideran beneficioso invertir en turismo pero también se observa que un 45% no desean participar en turismo y esto se debe al miedo de que sus negocios fracasen ya que observan que el número de turistas es muy reducido. Asimismo nos informaron que solo los emprendedores recibieron capacitaciones, más no el resto de la población.

**CUADRO N° 51**  
**¿CREE UD. QUE ES BENEFICIOSO INVERTIR EN TURISMO?**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
SI	46	55%
NO	38	45%
TOTAL	84	100%

Fuente: Elaboración propia 2016

#### 4.3.5.- Turismo y protección de monumentos históricos y áreas naturales

Se observa en el cuadro que el 96% consideran que con turismo si han mejorado sus recursos culturales como: remodelación de la plaza con piedra y equipada con bancas, basureros, construcción de arcos de ingreso y salida de la zona monumental, mejoramiento de fachadas y techos con paja. En cuanto a sus países naturales, estos cuentan con señalización y basureros que permiten un mayor cuidado del hábitat.

**CUADRO N° 52**  
**¿CREE USTED QUE CON EL TURISMO SE HA MEJORADO LA PROTECCIÓN DE LOS MONUMENTOS HISTÓRICOS Y ÁREAS NATURALES?**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
SI	81	96%
NO	3	4%
TOTAL	84	100%

Fuente: Elaboración propia 2016



#### 4.3.6.- Turismo e incremento del precio de productos y servicios

Se aprecia en el cuadro 82% que los encuestados señalaron que con el turismo los precios si se elevaron, sobre todo aquellos vinculados con la restauración y la hotelería. No debe olvidarse que la zona de ingreso al distrito actualmente es una parada de los transportistas y trabajadores que van al distrito de Caylloma y zonas aledañas donde funcionan varias minas (Arcata, Ares, etc.)

**CUADRO N° 53**  
**¿CREE USTED QUE CON EL TURISMO SE HA INCREMENTADO EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS?**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
SI	69	82%
NO	15	18%
TOTAL	84	100%

Fuente: Elaboración propia 2016

#### 4.3.7.- Turismo como fuente beneficiaria de un limitado sector

Se aprecia en el cuadro que el 89% de los encuestados manifestaron que con el turismo solo son favorecidos los negocios que tienen algún tipo de relación con el turismo como las casas vivenciales, los hoteles, restaurantes, los artesanos y algunos comerciantes. Dichas opiniones se deben a que todas las actividades turísticas se realizan solo en la zona conocida como Rumillacta, que es donde se encuentran las viviendas que realizan el TRC.

**CUADRO N° 54**  
**¿CONSIDERA USTED QUE EL TURISMO SOLO BENEFICIA A UN PEQUEÑO NÚMERO DE RESIDENTES?**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
SI	75	89%
NO	7	8%
NO SABE/ NO OPINA	2	3%
TOTAL	84	100%

Fuente: Elaboración propia 2016

#### 4.3.8.- Turismo y pérdida de tranquilidad del distrito

Se puede observar en el cuadro que el 60% de encuestados consideran que el turismo no afecta la tranquilidad del distrito debido a que los turistas muestran respeto para con los pobladores. Asimismo un porcentaje considerable de un 39% afirmó que los turistas sobre todo nacionales durante su estancia consumen bebidas alcohólicas lo que produce incomodidad en la población.

**CUADRO N° 55**  
**¿CONSIDERA USTED QUE CON EL TURISMO SE HA PERDIDO LA**  
**TRANQUILIDAD EN LA ZONA?**

VARIABLE	Frecuencia	Porcentaje
SI	34	40%
NO	50	60%
TOTAL	84	100%

**Fuente:** Elaboración propia 2016

---

## CONCLUSIONES

---

### **PRIMERA CONCLUSION:**

Los principales impactos sociales y económicos producidos por el turismo en las familias de emprendedores turísticos son: El 100% de los emprendedores afirmaron que su segunda actividad económica principal es el turismo y que éste según el 80% les genera un ingreso que fluctúa entre los 201 a 500 soles, siendo las actividades turísticas que generan más empleo la confección de artesanías y el hospedaje en las casas vivenciales; por lo que se puede concluir que los impactos económicos y sociales son beneficiosos para mejorar la economía familiar y el fortalecimiento de su cultura local.

### **SEGUNDA CONCLUSION:**

La experiencia de TRC en Sibayo tiene como principales características la difusión de la cultura viva la cual se logra a través de la convivencia entre los turistas y las familias campesinas en sus casas vivenciales, la exhibición de sus tejidos a base de fibra de alpaca, la alimentación en base a productos locales. Sumado a eso se realizan actividades como la pesca, canotaje, paseos acompañados de llamas cargueras. Estas actividades permiten aprovechar como recurso turístico la cultura local que se basa en el aprovechamiento de sus manifestaciones culturales (costumbres, gastronomía, actividades económicas tradicionales, en suma su forma de vida).

### **TERCERA CONCLUSION:**

Los emprendedores turísticos consideran al turismo como una fuente económica importante ya que mejoraron en el equipamiento de sus viviendas como: tv a color, teléfono inalámbrico ya que es su herramienta más importante para poder organizarse al momento de la llegada de grupos de turistas, también cuentan con ayuda de crédito financiero para seguir desarrollándose.

**CUARTA CONCLUSION:** Los pobladores involucrados en la actividad turística afirmaron que el 50% tienen un sueldo que va del mínimo hasta 1000 soles, en su ingreso principal, el cual no es fijo durante todos los meses, debido a que está en función a la variaciones propias de su trabajo, como por ejemplo, la esquila para la venta de la fibra, el sacrificio del ganado para la venta de la carne, entre otras. Se concluye que si el ingreso por turismo es de 201 a 500 soles, éste representa un aporte muy significativo para cubrir el coste de la canasta básica familiar.

**QUINTA CONCLUSION:** La presencia de turistas en el distrito desde hace varios años atrás no ha modificado las costumbres de forma perniciosa sino por el contrario ha fortalecido su identidad y cultura. La población joven a pesar de que el turismo genera fuentes de empleo e ingresos no permanece en el distrito para participar del desarrollo turístico, optando por migrar para buscar nuevas y mejores oportunidades en la ciudad, lo cual es un fenómeno muy común en los pueblos de la sierra peruana, no siendo por ende un efecto negativo producido por el turismo.

**SEXTA CONCLUSION:** La percepción de los pobladores que no participan directamente de la actividad turística acerca del TRC es positiva, teniéndose como resultados que el 94% consideran al turismo como un generador de desarrollo ya que han observado el mejoramiento de la infraestructura y sus recursos culturales. También el 71% consideran al turismo como un generador de empleo sobre todo cuando llegan mayor cantidad de turistas porque realizan diferentes gastos (alimentación, hospedaje, compra de artesanías, etc.). Finalmente el 55% consideran beneficioso invertir en turismo pero también se observa que un 45% no desean participar en turismo debido al miedo de que sus negocios fracasen ya que observan que el número de turistas es muy reducido.

---

## RECOMENDACIONES

---

#### **PRIMERA RECOMENDACION:**

Dado que los servicios turísticos de las casas vivenciales y la venta de artesanías se encuentran posicionadas, se debería fortalecer otras actividades adicionales que pueden desarrollarse y promocionarse en la zona como son: Tirolina, canotaje, pesca, Cicloturismo, entre otras.

#### **SEGUNDA RECOMENDACION:**

Las asociaciones comprometidas con el TRC deberían buscar alianzas estratégicas con las agencias de viaje que están ubicadas dentro de la ciudad de Arequipa a fin de incrementar el número de turistas que a su vez repercutirá de manera positiva en los ingresos económicos complementarios de las familias campesinas.

#### **TERCERA RECOMENDACION:**

Las asociaciones y entes reguladores del turismo en el distrito deben contemplar y normar una distribución equitativa y rotativa de los turistas que arriban a la zona a fin de beneficiar por igual a todas las familias que participan directamente de esta actividad.

#### **CUARTA RECOMENDACION:**

Con la puesta en marcha de mejores campañas de promoción y difusión turística, la consolidación de alianzas estratégicas con agencias de viaje en la ciudad y a nivel nacional se logrará un mayor flujo turístico, lo que a su vez permitirá una mayor participación de la población joven en el rubro, reduciéndose así la emigración de este sector.

#### **QUINTA RECOMENDACION:**

Realizar periódicamente a través de una oficina de control, las estadísticas del flujo de turistas que arriban al distrito, así como, elaborar un perfil de satisfacción de los servicios brindados, a fin de desarrollar un turismo mejor planificado.

---

## BIBLIOGRAFIA

---



1. Acerenza, Miguel Ángel, (2006), *Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo*, México, Editorial Trillas.
2. Baldárrago, Elin, (2007), *Turismo y desarrollo económico local: El caso del Cañón del Colca en la Provincia de Caylloma – Arequipa*, Arequipa, Perú, UNSA.
3. Barros, Lessa, (1995). *Introducción a la economía. Un enfoque estructuralista*, México, editorial Siglo Veintiuno.
4. Cámara Nacional de Turismo – CANATUR (2005) Estadísticas del turismo en Lima, Perú.
5. Chacaltana, Juan, (1999), *El turismo en el Perú: perspectivas de crecimiento y generación de empleo. Oficina Internacional del Trabajo, Oficina de Área y Equipo para los Países Andinos*, oficina de área y equipo técnico para los países andinos.
6. Chambers, Emmet, (1997), *Tourism and Culture: Applied Perspectives*, New York, EE.UU, Albany.
7. Cohen, Erik, (1996), *The Sociology of Tourism. Issues and Findings*. Londres, Inglaterra, editorial Routledge.
8. *Coordinadora Rural. Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Sibayo 2007- 2011*. Sibayo (2007).
9. Cordero, Allen (2004), *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza: El caso del turismo*, Buenos Aire, Argentina, Clacso.
10. Freiría, Gonzalo, (2003), *El turismo rural como promotor del empleo y las microeconomías en el desarrollo territorial rural*, Asunción Paraguay, Universidad de la Empresa.
11. Fuller, Norma, (2002), *Políticas públicas de turismo en el Perú*. Lima, Perú, Fondo Editorial de la PUCP.

12. Fuller, Norma, (2002), *Turismo y cultura. Entre el entusiasmo y el recelo*. Lima, Peru, Fondo Editorial de la PUCP.
13. Fuller, Norma, (2011), *Reflexiones sobre el turismo rural como vía de desarrollo: el caso de la comunidad de Antioquía, Perú*, Buenos Aires, Argentina, editorial de la PUCP.
14. GASCÓN, Jorge (2005), *Gringos como en sueños: diferenciación y conflicto campesino en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo*, Lima, Perú, editorial IEP.
15. GRUPO GEA. Plan de Desarrollo Turístico Micro-Corredor Callalli, Sibayo, Tuti y Canocota 2009-2014. Chivay, Provincia Caylloma. 2009.
16. Kervin, Bruno, (1987), *La economía campesina en el Perú: Teorías y políticas*, Cusco, Perú, SEPIA II.
17. LANE, Bernard, (2009), *Rural Tourism: An Overview*. Londres, Inglaterra, editorial SAGE Publications.
18. Maldonado, Carlos, (2006), *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*, Ginebra, Suiza, Organización Internacional del Trabajo.
19. Marsano, Jana. (2003). *Economía del turismo*, Lima, Perú, editorial de la Universidad de San Martín de Porres.
20. Marsano, José, (2014), *El impacto económico del turismo en el Perú 1990 – 2012*, Lima, Perú, editorial de la Universidad de San Martín de Porres.
21. MARTINEZ, Francisco Juan; SOLSONA Monzonis, Javier. (2004), *“Alojamiento Turístico Rural – Gestión y Comercialización”*, Madrid, España, Editorial Síntesis.
22. Mathieson A. y Wall G. (1990). *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*, DF, México, Trillas.

23. MINCETUR. "Lineamientos para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú". Lima – Perú 2008.
24. MIYASHITA, Azusa, (2007), *La zona de paso: el turismo como oportunidad de desarrollo en el área entre Cuzco y Puno*. Seville, Spain, editorial de la Universidad Pablo de Olavide.
25. Monitor Compañy (1995). *Turismo en el Perú*, Lima, Perú, editorial de la Comisión de Promoción del Perú.
26. Municipalidad Distrital de Sibayo (2010). *Mejoramiento y ampliación de la gestión integral de residuos sólidos municipales*, distrito de Sibayo, prov. de Caylloma. PIP.
27. Organización Mundial del Turismo – OMT, (2003), *El Turismo Rural en las Américas y su Contribución a la creación de empleo y la Conservación del Patrimonio*, Madrid, España, Editorial OMT.
28. Punzo, Lionello, (2003), *Sostenibilidad del turismo y desarrollo económico local: El caso de la región Toscana*, Siena, Italia, Toscana.
29. Quintero, José, (2004), *Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible*, Madrid, España, editorial de la Universidad Complutense de Madrid.
30. SAMPIERI Hernández, Roberto, FERNANDEZ Collado, Carlos y BAPTISTA Lucio, Pilar, (2006), *Metodología de la Investigación*. 4a ed. México, McGraw Hill Interamericana.
31. Sancho, Aaparo, (2009), *Introducción al turismo*, Madrid, España, Organización Mundial del Turismo.
32. Tanaka, Martín (2001), *Participación popular en las políticas sociales. Cuándo puede ser democrática y eficiente y cuándo todo lo contrario*. Lima, Perú, Instituto de Estudios Peruanos y Consorcio de Investigación Económica y Social CIES.

33. Tinoco, Oscar, (2003), *Los Impactos del Turismo en el Perú*, Lima, Perú, Industrial Data.
34. Uribe, Marcelo, (2012), *Innovación para el desarrollo territorial rural con Identidad cultural: la experiencia de Sibayo en el valle del Colca*". La Paz, Bolivia, PROCASUR.
35. Vázquez, Antonio (1988), *Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo*, Madrid, España.

## WEBGRAFÍA

1. World Tourism Organization-WTO (2004), WTO News. Web: <http://www.world-tourism.org/newsroom/magazine/archives/WTONEWS-2-2004.pdf>
2. BADATUR PERU: [www.observatorioturisticodelperu.com](http://www.observatorioturisticodelperu.com)
3. BCRP: [www.bcrp.gob.pe](http://www.bcrp.gob.pe)
4. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/introduccion-al-turismo-omt.pdf>
5. *TURISMO RURAL PERU - TRC.*
6. [http://www.turismoruralperu.org/index.php?fp\\_verpub=true&idpub=66&fp\\_mnu\\_id=65](http://www.turismoruralperu.org/index.php?fp_verpub=true&idpub=66&fp_mnu_id=65)
7. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/introduccion-al-turismo-omt.pdf>
8. *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA – INEI.* (2007). Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda (Perú). Recuperado el 15 de septiembre del 2011, de <http://censos.inei.gob.pe/Censos2007/IndDem/?id=ResultadosCensales>
9. *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA – INEI.* (2007). Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda (Perú). Recuperado el 15 de septiembre del 2011, de <http://desa.inei.gob.pe/censos2007/tabulados/?id=ResultadosCensales>
10. [www.escalonadoinnovacionesrurales.com](http://www.escalonadoinnovacionesrurales.com)
11. <http://wwf.panda.org/es/>
12. <http://www.ilo.org/dyn/empent/docs/F1971455268/WP73-2005.pdf>
13. <http://www.pnud.org.pe>

---

## ANEXOS

---



**ENCUESTA**  
**Universidad Nacional de San Agustín**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y**  
**HOTELERIA**  
**ENCUESTA SOCIOECONOMICA**



La presente encuesta se utilizará para fines académicos, por favor sírvanse en llenar con cuidado y veracidad.

**1. DATOS PERSONALES**

**2. SEXO**

Masculino ( )
Femenino ( )

**3. EDAD** .....

**4. PERTENECE ALGUNA ASOCIACION.**

Asociación ASETUR ( )
Asociación SUMAC PALLAY ( )
Asociación ASTUAR ( )

**5. GRADO DE INSTRUCCIÓN**

ANALFABETO ( )
PRIMARIA ( )
SECUNDARIA ( )
SUP. NO/UNIV. ( )
SUP.UNIVERS. ( )

**6. ESTADO CIVIL**

SOLTERO ( )
CASADO ( )
CONVIVIENTE ( )
SEPARADO ( )
DIVORCIADO ( )
VIUDO ( )

7. OCUPACION:

Ocupación principal actual	
Ocupación secundaria	
Ingreso mensual principal	
Ingreso mensual secundaria	

8. ¿Cuál de las actividades turísticas son las que han generado más empleo?

Artesanía ( )
Casa vivencial ( )
Guiado ( )
Restauración ( )
Turismo de aventura ( )

9. ¿De qué manera se ha visto mejorado el distrito con la actividad turística?

	SECTOR
Calles ordenadas ( )	
Preservación de los recursos naturales y culturales ( )	
Limpieza y orden ( )	
Arreglo y empedrado de la plaza ( )	
Arreglo del templo ( )	
Construcción de salones comunales ( )	
Capacitaciones ( )	

VIVIENDA

10. TENENCIA

PROPIA ( )
ALQUILER ( )
GUARDIANIA ( )
OTROS ( )



## 11. Número de habitaciones

TIPO DE ALOJAMIENTO	DUÑO Y/O RESPONSABLE
CASAS VIVENCIALES	Ruth Supo
	Gomercinda Supo
	Nohemi Samayani
	Julia Picha
	Nila Picha
	Edubiges Supo
	Nieves Cutipa
	Benita Picha
	Dora Samayani
CAPACIDAD TOTAL	

## 12. EQUIPAMIENTO

	Antes	Después
TV B/N O COLOR ( )		
REFRIGERADORA ( )		
TELEFONO FIJO( )		
TELEFONO INALAMBRICO ( )		
COMPUTADORA ( )		
AUTO PROPIO ( )		

## 13. ENERGIA DE LA COCINA

	Antes	Después
GAS ( )		
LEÑA ( )		

## INGRESOS

## 14. GASTOS

	SOLES
ALIMENTACION	
VIVIENDA	
TRANSPORTE	
SALUD	
EDUCACION	
MUEBLES	
VESTIDOS	

OTROS	
TOTAL	
SOLES MES / HOGAR	

15. Realiza promoción y publicidad de sus servicios

SI ( )
NO ( )

16. Los emprendedores usan algún instrumento para recoger la opinión de sus huéspedes

SI ( )
NO ( )
ESPECIFIQUE:

17. Controla un ingreso y salida del arqueo diario de caja.

SI ( )
NO ( )
ESPECIFIQUE:

18. Cuentan con instrumentos de seguridad

BOTIQUIN ( )
EXTINTOR ( )
OTRO:

19. Cuenta con apoyo o crédito financiero para seguir desarrollando la actividad turística.

SI ( )
NO ( )
ESPECIFIQUE:

20. Realiza emisión de comprobantes de pago

SI ( )
NO ( )
ESPECIFIQUE:



## ENTREVISTA

**Universidad Nacional de San Agustín**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y**  
**HOTELERIA**  
**CUESTIONARIO SOCIOECONOMICO**



El presente entrevista se utilizará para fines académicos, por favor sírvanse en responder con cuidado y veracidad.

1. ¿Cree usted que las personas dedicadas al turismo gozan de mayor prestigio y capacidad económica?
2. ¿Cree usted que está cambiando el estilo de vida de los pobladores inmersos en el turismo?
3. ¿Cree usted que su comunidad se ha dividido a causa de la actividad turística?
4. ¿Cree usted que su comunidad ya no participa en actividades comunales como se hacía anteriormente?
5. ¿En qué días llega la visita de turistas?
6. ¿Usted cree que en los días que viene el turista interrumpe sus actividades del campo?
7. Con la actividad turística que se está viniendo desarrollando los jóvenes siguen optando por trabajar en otros lugares o están regresando para trabajar?
8. ¿Han llegado personas de otros sitios con la finalidad de invertir en el lugar, hacer negocios y buscar empleo?
9. ¿Qué costumbres se han ido perdiendo?
10. ¿Ha habido incidencia de robos, estafas, etc.?
11. ¿El turismo alguna vez ha creado hostilidad por el consumo de alcohol, drogas o sexo? ¿La conducta de los turistas es ofensiva, amigable o rebajan sus normas, comportamientos y reglas morales?
12. ¿Usted ha visto que los jóvenes están adoptando ciertas conductas foráneas/ extranjeras que no son propias de los pobladores?
13. ¿Qué clase de beneficios le trae el turismo?
14. De aquí a cinco años ¿Cómo imagina la actividad turística en Sibayo?
15. ¿Qué cree Ud. que le hace falta al distrito para lograr el desarrollo turístico en Sibayo?



**ENCUESTA**  
**Universidad Nacional de San Agustín**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y**  
**HOTELERIA**  
**ENCUESTA SOCIOECONOMICA**



La presente encuesta se utilizará para fines académicos, por favor sírvanse en llenar con cuidado y veracidad.

1. Datos personales

Variable	Categoría
<b>Sexo</b>	Femenino ( ) Masculino ( )
<b>Edad</b>	18-29 años( ) 30-44 años( ) 45-64 años ( ) 65 a más ( )
<b>Estado civil</b>	Soltero ( ) Casado ( ) Conviviente ( ) Divorciado ( ) Viudo ( )
<b>Nivel de estudios</b>	Analfabeto ( ) Primaria ( ) Secundaria ( ) Sup. No/univ. ( ) Sup.Univers. ( )
<b>Sector en el que trabaja</b>	Desempleado( ) Trabajador Independiente ( ) Trabajador Dependiente( ) Jubilado( ) Estudiante( ) Ama de casa ( )

2. ¿Cree usted que el turismo atrae más inversiones y genera más desarrollo en el distrito?

SI ( )
NO ( )
NO SABE/ NO OPINA ( )

3. ¿Cree usted que el turismo ha generado más oportunidades de empleo?

SI ( )
NO ( )
NO SABE/ NO OPINA ( )

4. ¿Considera usted al turismo como una fuente económica importante en el distrito?

SI ( )
NO ( )
NO SABE/ NO OPINA ( )

5. ¿Cree usted que es beneficioso invertir en turismo?

SI ( )
NO ( )
NO SABE/ NO OPINA ( )

6. ¿Cree usted que con el turismo se ha mejorado la protección de los monumentos históricos y áreas naturales?

SI ( )
NO ( )
NO SABE/ NO OPINA ( )

7. ¿Cree usted que con el turismo se ha incrementado el precio de los productos y servicios?

SI ( )
NO ( )
NO SABE/ NO OPINA ( )

8. ¿Considera usted que el turismo solo beneficia a un pequeño número de residentes?

SI ( )
NO ( )
NO SABE/ NO OPINA ( )

9. ¿Considera usted que con el turismo se ha perdido la tranquilidad en la zona?

SI ( )
NO ( )
NO SABE/ NO OPINA ( )

**RESPUESTA N° 1 DE LA ENTREVISTA REALIZADA EN SIBAYO (Noviembre del 2015.)**

1. ¿Cree usted que las personas dedicadas al turismo gozan de mayor prestigio y capacidad económica?

No, al contrario les hacemos parte de este beneficio para el bien de nuestra comunidad y nos ayudarnos entre todos para dar una buena calidad de atención a la gente que viene a visitarnos.

2. ¿Cree usted que está cambiando el estilo de vida de los pobladores inmersos en el turismo?

No, todo está normal pues nosotros mantenemos nuestras costumbres y hacemos que el turismo sea parte de nuestra rutina diaria.

3. ¿Cree usted que su comunidad se ha dividido a causa de la actividad turística?

No, seguimos juntos aunque no la mayoría pero procuramos que sea parte de todas nuestras actividades y acontecimientos que se den.

4. ¿Cree usted que su comunidad ya no participa en actividades comunales como se hacía anteriormente?

No, a los contrarios todos participan pues gozamos y disfrutamos de todo lo que hacemos, pues todo lo que hacemos es para nuestra comunidad sea conocida.

5. ¿En qué días llega la visita de turistas?

Los días más trabajosos lunes, miércoles y viernes.

6. ¿Usted cree que en los días que viene el turista interrumpe sus actividades del campo?

No, cuando es temporada de cosecha nosotros hacemos que el turista sea parte de la actividad y a ellos les encanta

7. Con la actividad turística que se está viniendo desarrollando los jóvenes siguen optando por trabajar en otros lugares o están regresando para trabajar.

Si están regresando pocos pero no es suficiente pero Mincetur está siendo parte de ello y de cierta forma le da oportunidad a la juventud pero también les incentiva y los llena de orgullo que su comunidad este con el turismo, pero están desconforme con la autoridad de Sibayo.

8. ¿Han llegado personas de otros sitios con la finalidad de invertir en el lugar, hacer negocios y buscar empleo?

Si pero nosotros tenemos nuestros propio ingresos ya que no es necesario como en el caso de Chivay.

9. ¿qué costumbres se han ido perdiendo?

Bueno hubo un tiempo donde perdimos nuestra forma de vestir

10. ¿ha habido incidencia de robos, estafas, etc.?

No nada de eso pues entre todos nos cuidamos

11. ¿el turismo alguna vez ha creado hostilidad por el consumo de alcohol, drogas o sexo? ¿La conducta de los turistas es ofensiva, amigable o rebajan sus normas, comportamientos y reglas morales?

No esto no está permitido ya que no sería modesto y ser una mala imagen para nuestra comunidad.

No, son amigables, cordiales, educados y muy hiperactivos con todo lo que hacemos y nos ayudan mucho en las actividades

12. ¿usted ha visto que los jóvenes están adoptando ciertas conductas foráneas/ extranjeras que no son propias de los pobladores?

Si son pocos los que adoptan esas costumbres

13. ¿Qué clase de beneficios le trae el turismo?

Dinero, ingreso, desarrollo, comodidades ya que este dinero ayuda a mejorar la infraestructura de la comunidad.

14. De aquí a cinco años ¿Cómo imagina la actividad turística en Sibayo?

Yo creo más avanzado esperando que los turistas corran la voz y hablen de nosotros.

15. ¿Qué cree Ud. que le hace falta al distrito para lograr el desarrollo turístico en Sibayo?

Marketing pues lo único que falta es que nos conozcan más y que nuestra autoridad ponga ms empeño ya que será más beneficioso para nuestra comunidad.



**RESPUESTA N° 2 DE LA ENTREVISTA REALIZADA EN SIBAYO, (Noviembre del 2015.)**

1. ¿Cree usted que las personas dedicadas al turismo gozan de mayor prestigio y capacidad económica?

Si, las personas dedicadas al turismo gozan de su prestigio y dinero junto con sus familias que también sirven de mucha ayuda.

2. ¿Cree usted que está cambiando el estilo de vida de los pobladores inmersos en el turismo?

Si, a lo largo del tiempo cambiaron muchas cosas, los pobladores en primer lugar más unidos que nunca y responsables con sus quehaceres en la municipalidad.

3. ¿Cree usted que su comunidad se ha dividido a causa de la actividad turística?

No, al contrario cuando es temporada de visita de turistas son más unidos cada poblador sabe qué hacer y cómo atender al visitante para que pueda sentirse bien

4. ¿Cree usted que su comunidad ya no participa en actividades comunales como se hacía anteriormente?

La comunidad sigue manteniendo sus costumbres ya sea actividades comunales u otras actividades. La comunidad aún sigue participando en todas sus actividades.

5. ¿En qué días llega la visita de turistas?

Los turistas llegan cualquier día de la semana aún no se puede decir que días exactos vienen pero vienen más los meses de septiembre y diciembre

6. ¿Usted cree que en los días que viene el turista interrumpe sus actividades del campo?

Para nada, al contrario cada visitante que llega lo hacemos participar de la comunidad

7. Con la actividad turística que se está viniendo desarrollando los jóvenes siguen optando por trabajar en otros lugares o están regresando para trabajar?

Claro que están regresando y para la población es de mucha ayuda porque gracias a ellos sus padres aprenden mucho más para mejorar sus servicios turísticos.

8. ¿Han llegado personas de otros sitios con la finalidad de invertir en el lugar, hacer negocios y buscar empleo?

Solo hubo un caso de que casi en la comunidad se hace un hotel pero gracias a la comunidad no lograron hacer o construir.

9. ¿qué costumbres se han ido perdiendo?

Se ha ido perdiendo costumbres como el uso de trajes, la comida y su idioma.

10. ¿ha habido incidencia de robos, estafas, etc.?

No, ninguna en el pueblo hay un guachimán y la población es muy unida.

11. ¿el turismo alguna vez ha creado hostilidad por el consumo de alcohol, drogas o sexo? ¿La conducta de los turistas es ofensiva, amigable o rebajan sus normas, comportamientos y reglas morales?

No, solo han llegado a fumar cigarros nada más.

12. ¿usted ha visto que los jóvenes están adoptando ciertas conductas foráneas/ extranjeras que no son propias de los pobladores?

No, aun todavía no se ha visto otras conductas.

13. ¿Qué clase de beneficios le trae el turismo?

Sus conductas son amigables y respetan sus reglas

14. De aquí a cinco años ¿Cómo imagina la actividad turística en Sibayo?

Un poco más avanzado de lo que es hoy la comunidad

15. ¿Qué cree Ud. que le hace falta al distrito para lograr el desarrollo turístico en Sibayo?

Les hace falta marketing y capacitación en Internet.